

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет соціології і права

Кафедра соціології

«На правах рукопису»
УДК 316

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ П.В Кутуєв

«___» _____ 2018 р.

Магістерська дисертація

на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності 054 «Соціологія»

**на тему: «Інформаційна війна як комунікативна технологія формування
та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення»**

Виконав:

студент VI курсу, групи СЛ-72 МП

Клімов Артем Дмитрович

Керівник:

Доцент кафедри соціології,

кандидат соціологічних наук,

Снін М.Н

Рецензент:

Викладач, кандидат наук з державного управління,

Карпунець А.С

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Студент _____

Київ – 2018 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет соціології і права
Кафедра соціології

Рівень вищої освіти – другий (магістерський) за освітньо-професійною програмою

Спеціальність (спеціалізація) – 054 «Соціологія» («Врегулювання конфліктів та медіація»)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри соціології

_____ П.В.Кутусь _____

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«__» _____ 2018 р.

ЗАВДАННЯ

на магістерську дисертацію студенту

Клімову Артему Дмитровичу

1. Тема дисертації **«Інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення»**, науковий керівник дисертації Єнін Максим Наїмович, доцент кафедри соціології, кандидат соціологічних наук, затверджені наказом по університету від «07» листопада 2018 р. № 4101-с
2. Термін подання студентом дисертації 07 грудня 2018 р.
3. Об'єкт дослідження - інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.
4. Предмет дослідження - вплив інформаційної війни на формування та розвиток військово-мобілізаційного потенціалу населення.
5. Перелік завдань, які потрібно розробити:
 1. Виявити сутнісні характеристики інформаційної війни.

2. Виокремити методологічні та концептуальні аспекти інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

3. Окреслити роль та місце інформаційної війни як комунікативної технології у формуванні та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

4. Розробити та обґрунтувати стратегію та перспективи інформаційної безпеки в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

6. Орієнтовний перелік графічного (ілюстративного) матеріалу – 9 рис.

7. Орієнтовний перелік публікацій

8. Дата видачі завдання СЛ 72мп – 15.10.2018

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Термін виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	Визначення напрямку дослідження	Вересень 2017	«Виконано»
2.	Формування джерельної бази дослідження	Вересень – листопад 2017	«Виконано»
3.	Складання розгорнутого плану	Листопад 2017	«Виконано»
4.	Написання вступу до роботи (визначення об'єкту, предмету, мети та завдань)	Грудень – січень 2018	«Виконано»
5.	Підготовка і написання I розділу дисертації	Січень – квітень 2018	«Виконано»
6.	Підготовка і написання II розділу	Травень – серпень 2018	«Виконано»
7.	Підготовка програми та інструментарію дослідження	Вересень – жовтень 2018	«Виконано»
8.	Проведення дослідження та аналіз зібраних даних	Жовтень 2018	«Виконано»
9.	Написання III розділу, висновків та коригування списку літератури.	Жовтень – листопад 2018	«Виконано»
10.	Підготовка реферату магістерської дисертації	Листопад 2018	«Виконано»
11.	Передача магістерської дисертації на кафедру	Грудень 2018	«Виконано»

Студент

А.Д Клімов

Науковий керівник дисертації

М.Н Єнін

АНОТАЦІЯ

Клімов А. Інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення. – На правах рукопису. Магістерська дисертація на здобуття ступеня магістра зі спеціальності 054 «Соціологія». – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Кафедра соціології. – Київ, 2018. – 135 с.

У роботі розкрито зміст ключових положень і понять дослідження, схарактеризовано особливості інформаційної війни як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення, з'ясовано сутність теоретичних засад концептуальних підходів інформаційної війни ІнфВ. Теоретично обґрунтовано ефективність формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення діяльності, в умовах активного використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), яка може бути досягнена через розроблення найбільш «оптимальної» стратегії та виконання відповідно до неї цілеспрямованої процедури – алгоритму дій. Розроблено авторську модель інформаційної системи (ІС), яка може бути застосована з метою формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення країни. Відповідно сформульовано низку практичних рекомендацій щодо формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення, як наслідку ІнфВ.

Ключові слова: інформація, інформаційні технології, ІКТ, інформаційна війна, комунікативна технологія, засоби, інформаційна боротьба, військово-мобілізаційний потенціал, інформаційна система.

SUMMARY

Klimov A. Mud-slinging as the communicative technology for the formation and development of the population military and mobilization

potential. – Manuscript copyright. Master's thesis for master's degree in specialty 054 «Sociology». – Manuscript. Master's dissertation for master's degree in specialty 054 «Sociology». – National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute». Department of Sociology. – Kyiv, 2018. – 135 p.

In the thesis the contents of key statements and definitions have been presented. The peculiarities of the mud-slinging (information war) as the communicative technology for the formation and development of the population military and mobilization potential have been characterized. The main point of the theoretical basis for the conception approaches of the mud-sliding (information war) has been cleared up.

The efficiency of the formation and development of the population military and mobilization potential has been theoretically proved with the active usage of the informational communicative technologies (ICT) which can be achieved through the development of the most optimal strategy and the accomplishment of the purposeful procedure according to this strategy.

The author's model of the informational system (IS) has been developed. It can be used in order to form and develop the population military and mobilization potential of the country. As the result the practical recommendations for the formation and development of the population military and mobilization potential as the consequence of the mud-slinging (information war) have been formed.

Key words: information, informational technologies, informational communicative technologies, mud-slinging (information war), communicative technology, methods, information struggle, mobilization potential, informational system.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	9
ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ЯК КОМУНІКАТИВНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВО-МОБІЛІЗАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАСЕЛЕННЯ	16
1.1 Теоретико-поняттєвий аналіз явища «інформаційна війна» як предмету дослідження.....	16
1.2 Інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення в наукових дослідженнях	26
1.3 Методи, засоби та технологічні прийоми інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення	37
Висновки до Розділу 1	48
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ЯК КОМУНІКАТИВНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВО-МОБІЛІЗАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАСЕЛЕННЯ	101
2.1 Зарубіжний досвід інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення	51
2.2 Розроблення проблематики інформаційної війни на пострадянському просторі	60
2.3 Сучасна інформаційна війна як четверта світова війна	71
Висновки до Розділу 2	86
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ІНФОРМАЦІЙНИ БЕЗПЕКИ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ.....	88
3.1. Основи державної політики у напрямі інформаційної безпеки	88

3.2. Механізми інформаційної безпеки України в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення	95
3.3. Стратегія та перспективи інформаційної безпеки в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення (авторський підхід).....	101
Висновки до Розділу 3	111
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	113
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	118
ДОДАТКИ	135

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

Заклади освіти	—	ЗО
Засоби масової інформації	—	ЗМІ
Збройні сили України	—	ЗСУ
Збройні сили	—	ЗС
Інформаційна боротьба	—	ІБ
інформаційно-психологічні операції	—	ІпсО
Інформаційні технології	—	ІТ
Інформаційна війна	—	ІнфВ

ВСТУП

Сучасні глобалізаційні процеси призвели до формування єдиного світового інформаційного простору, в якому інформація створюється, змінюється, зберігається та обмінюється суб'єктами – окремими особами, громадами та державами. Враховуючи інформаційну вичерпність сучасного суспільства, можна відзначити інформацію як явище з особливою вірулентністю. Онтологічні властивості інформації проявляються в усіх галузях життєдіяльності суспільного світу та є основою, на якій створюється єдина картина всесвіту. Адже інформаційний складник є присутнім як у фізичному оточенні у вигляді структурних якостей об'єктів, так і в суспільній дійсності, де вона фігурує у вигляді знань, умінь та навичок (ЗУН).

Сформоване інформаційне середовище стає фронтом або площиною інформаційної війни, в якій метою постають знання або свідомість суб'єкта – що підтверджує відповідність концепції консцієнтальної війни як складника інформаційної війни (ІнфВ).

Дослідження дозволяють виокремити чотири основних способи ураження і руйнування свідомості у війні такого формату:

- ураження тканин мозку, зниження рівня функціонування свідомості – може чинитися на основі впливу хімічних речовин, тривалого отруєння повітря, їжі, спрямованих радіаційних впливів;
- зниження рівня організації інформаційно-комунікаційного середовища, в якій функціонує і «живе» свідомість, на основі його розпаду;
- спеціальна організація і поширення комунікаційними каналами (Інтернет, засобами масової інформації тощо) об'єктів (образів і текстів), що руйнують функціональність свідомості (умовно можна позначити як психотропну зброю);

– знищення способів і форм ідентифікації особистості, по відношенню до певних спільнот, що приводить до зміни форм самовизначення та до деперсоналізації.

Інформаційна війна розпочинається з впровадження в свідомість особистості цілей, які підміняють власні та мають спрямованість на зсув ціннісних орієнтирів, що закінчується поразкою свідомості ворога, знищенням його здатності до самоідентифікації та самовизначення, спонуканням до сприйняття нового буття як реальності, а в цілому – приведенням країни в стан дезорієнтації:

- поширює різними телекомунікаційними каналами явищ і об'єктів, що спрямовані на порушення свідомості;
- руйнує способи і форми ідентифікації, що призводить до втрати індивідуальності особистості;
- знищує систему цінностей, з подальшою заміною їх симулякрами – копіями;
- позбавляє супротивника здатностей ставити глобальні і стратегічні цілі тощо.

Таким чином, інформаційна війна стала «найінтелектуальнішим» варіантом військової протидії та чинником переходу на воєнний стан. Що спонукає до забезпечення високої бойової і мобілізаційної готовності громадськості у мирний час через:

Різні аспекти інформаційної війни стали об'єктом вивчення Т. Бельської, У. Боудіш, Н. Вінера, Л. Войтасика, І. Горбатенко, С. Гриняєва, Н. Гуріна, В. Гурковського, К. Данилішина, В. Домарьова, В. Долгова, О. Дубаса, П. Кеннеді, Л. Кокса, С. Комова, М. Лібікі, О. Литвиненко, Л. Макаренко, С. Меца, Ю. Нестеряка, М. Ожевана, А. Панаріна, Г. Почепцова, С. Расторгуєва, Г. Рогозіна, В. Седньова, С. Сосніна, О. Старішева, Дж. Стейна, О. Таликіна, В. Толубко, Т. Томаса, Е. Тоффлера, С. Хантінгтона, С. Шаванова, В. Щуригіна, А. Юричко та ін. Окремо слід

відзначити публікації авторів, які роковують проблеми мобілізаційної стратегії, це роботи Е. Ведута [43], Д. Задихайла [63], І. Марка, Ю. Медведєва, І. Семеніхіна, В. Анохіна, Б. Серазетдинова [129], Г. Куманева [84], Д. Клинового, П. Рогова, В. Пугача, М. Реви.

Також, незважаючи на досить значний обсяг робіт науковців, в яких розглядаються проблеми ІнфВ, можна стверджувати, що бракує робіт, об'єктом дослідження яких є інформаційна війна з позиції розгляду її в якості комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення. Справа в тому, що в сучасному світі відбувається широкомасштабне застосування технологій інформаційного впливу на психологічний стан армійських підрозділів і громадськості протилежної сторони на користь досягнення стороною, що здійснює вплив, певних поставлених цілей. Наприклад, в Україні особливості застосування технологій інформаційного впливу як комунікативної технології військово-мобілізаційного потенціалу населення, полягали у формування п'ятої колони – населення відмовляється від своєї держави і підтримує агресора (в Криму використання військової сили в такому випадку взагалі стало зайвим). В такій інформаційній війні конструюються специфічні ідейні образи (в українському варіанті – це “бандерівець”, “фашист”, “нацик”, “терорист”, “зрадник”), що мали регіонально вузький, але значний мобілізаційний і разом з тим конфронтаційний потенціал. Ефективним способом формування суспільної думки в сторону відторгнення української влади та державності було проведення демократичних, масових, “народних” акцій, з мобілізацією організованих груп провокаторів, бандитських формувань та громадян, що не мають стійкої національної ідентичності, з закликами до сепаратизму та несприйняття нової влади та української державності. В обласних центрах півдня та сходу України (Луганськ, Донецьк, Харків, Одеса) ці акції набули форми антифашистських мітингів.

Події 2014 року на Україні засвідчили необхідність створення відповідних науково-дослідних інститутів або відділів для глибокого вивчення проблем національної безпеки та підливних соціальних технологій, комплексної розробки інформаційних, освітніх, законодавчих, силових заходів їх протидії. Це й спонукало до вибору теми роботи: «Інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення».

Об'єкт дослідження – інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Предмет дослідження – вплив інформаційної війни на формування та розвиток військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Мета роботи – дослідити вплив інформаційної війни як комунікативної технології на формування і розвиток військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Завдання дослідження:

5. Виявити сутнісні характеристики інформаційної війни.
6. Виокремити методологічні та концептуальні аспекти інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.
7. Окреслити роль та місце інформаційної війни як комунікативної технології у формуванні та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.
8. Розробити та обґрунтувати стратегію та перспективи інформаційної безпеки в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Наукова новизна результатів дослідження. Здійснено теоретичне узагальнення існуючих підходів до визначення інформаційної війни як комунікативної технології у формуванні та розвитку військово-

мобілізаційного потенціалу населення. Уточнено, що інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку мобілізаційного потенціалу населення являє собою широкомасштабне застосування технологій інформаційного впливу на психологічний стан особового складу військ і громадськості протилежної сторони на користь досягнення стороною, що здійснює вплив, поставлених цілей.

Уточнено, що наразі розвивається нова стадія розвитку ІнфВ, в рамках яких інформаційне протиборство переходить із стану засобу забезпечення бойових операцій і виокремлюється в самостійне явище.

Розроблено авторську стратегію у перспективі забезпечення інформаційної безпеки в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення. Ця стратегія полягає в створенні веб-ресурсу – єдиної Інформаційної системи, метою якої стане поширення тематичної інформації та впровадження медіатеорії та медіапрактики. Уточнено, що ресурс, який реалізується в рамках Інтернет-мережі має стати життєво важливою частиною громадянської освіти молоді України. Визначено основні напрями функціонування ІС: протидія дезінформації має бути пріоритетом у формуванні зовнішньої політики й питань національної безпеки, розгляд пропаганди як національної загрози, ознайомлення громадськості України із знаннями й досвідом ЄС із захисту власного інформаційного середовища, розкриття та оприлюднення кампаній з дезінформації населення, систематичне підвищення стійкості громадян України до інформаційної війни та пропаганди.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробленні практичних рекомендацій щодо можливих шляхів вирішення проблем інформаційної безпеки в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення (авторський підхід).

Результати дослідження можуть бути використані для дослідження впливу інформаційних війн та її ключових понять, задля більшого пошуку шляхів інформаційної безпеки України.

Структура роботи відповідає завданням і складається з вступу, трьох основних розділів, висновків до кожного розділу, висновків та рекомендацій; списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи – 128 сторінок (з них 110 основного тексту). Список використаних джерел містить 147 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ЯК КОМУНІКАТИВНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВО-МОБІЛІЗАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАСЕЛЕННЯ

1.1 Теоретико-поняттєвий аналіз явища «інформаційна війна» як предмету дослідження

Стратегічні напрями військової реформи в Україні визначаються «Державною програмою розвитку Збройних Сил України до 2020 року», що ставить за цілі набуття спроможності збройних сил для відповідної реакції на загрози національній безпеці (НБ) у галузі оборони України, воєнній галузі, захисту суверенітету держави, територіальної цілісності і недоторканності досягнення стандартів та критеріїв, необхідних для набуття членства в НАТО [56]. Документом також окреслюються шляхи їх досягнення, зокрема це:

- автоматизація процесів управління та обліку;
- уніфікація, модернізація та відновлення озброєння та військової техніки;
- створення необхідних резервів, забезпечення військ (сил) усім необхідним;
- професіоналізація особового складу;
- використання міжнародної військово-технічної допомоги;
- удосконалення нормативно-правової бази;
- перехід до системи оборонного планування, основаної на спроможностях;
- стандартизація та кодифікація озброєння та майна відповідно до стандартів НАТО;
- підготовка та оцінювання готовності відповідно до стандартів НАТО.

Кожен із наведених шляхів має велике значення – адже йдеться не лише про організаційні або структурні зміни в Збройних Силах України. Для забезпечення достатнього рівня обороноздатності держави в умовах великих

ресурсних можливостей інформатизації суспільства виокремлюється потреба вирішення, насамперед, гострих проблем, які торкаються підходів до захисту та розвитку національного інформаційного простору для всебічного інформаційного забезпечення українського суспільства.

Дефініції термінів системи управління мобілізаційною підготовкою, мобілізації, мобілізаційної підготовки, мобілізаційного плану, мобілізаційного завдання є в Базовому Законі «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію». Зокрема, зміст мобілізаційної підготовки, полягає у:

- визначенні умов діяльності та підготовки підприємств до роботи в умовах особливого періоду, підготовки галузей національної економіки до переведення і функціонування в умовах особливого періоду;
- утриманні мобілізаційних потужностей для задоволення потреб держави в особливий період;
- бронюванні військовозобов'язаних за підприємствами на період мобілізації та воєнний час;
- підвищенні кваліфікації з питань мобілізаційної підготовки і проведенні військово-економічних мобілізаційних навчань і тренувань, підготовці до перерозподілу трудових ресурсів в особливий період.

Загальне керівництво у галузі мобілізаційної підготовки і мобілізації здійснюється Президентом України, організаційне керівництво – Кабінетом Міністрів, координація діяльності мобілізаційної підготовки і мобілізації – Радою національної безпеки і оборони України. Безпосереднє керівництво заходами з мобілізаційної підготовки і мобілізації здійснюється керівниками центральних органів виконавчої влади. Організацію безпосередньої реалізації заходів з мобілізаційної підготовки та мобілізації здійснюють місцеві органи виконавчої влади та виконавчі органи сільських, селищних, міських рад.

Функції щодо координації планування, методологічного, методичного, наукового забезпечення мобілізаційної підготовки та мобілізації в органах

виконавчої влади, національній економіці здійснює Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Кабінет Міністрів України:

- здійснює заходи з організації забезпечення мобілізаційної підготовки і мобілізації;
- організовує наукове, методологічне та методичне забезпечення мобілізаційної підготовки і мобілізації;
- визначає порядок управління національною економікою України та заходи із забезпечення її функціонування в особливий період;
- визначає і затверджує основні показники мобілізаційного плану національної економіки та мобілізаційні завдання (замовлення) центральним і місцевим органам виконавчої влади;
- визначає порядок укладання договорів (контрактів) на виконання підприємствами мобілізаційних завдань (замовлень), забезпечення виконання зазначених завдань (замовлень) матеріально-технічними ресурсами;
- організовує бронювання військовозобов'язаних за підприємствами на період мобілізації та у воєнний час, а у разі необхідності ініціює питання про надання пільг підприємствам, для яких встановлено мобілізаційні завдання (замовлення);
- планує і проводить військово-економічні мобілізаційні навчання та тренування;
- організовує підвищення кваліфікації з мобілізаційної підготовки для керівників підприємств та працівників з питань мобілізації.

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України також:

- здійснює методологічне та методичне забезпечення мобілізаційної підготовки національної економіки;
- координує планування, методологічне забезпечення розроблення проектів мобілізаційних планів та довготермінових і річних програм мобілізаційної підготовки в органах виконавчої влади;

- розробляє і подає Кабінету Міністрів України проект мобілізаційного плану національної економіки України;
- організовує бронювання військовозобов'язаних на період мобілізації та на воєнний час.

У роботі надалі буду користуватися термінами, які використовуються в «Концепції інформаційної безпеки України» у такому значенні [80, с.3]:

- «інформаційна безпека – стан захищеності життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, при якому запобігається завдання шкоди через неповноту, несвоєчасність і недостовірність поширюваної інформації, порушення цілісності та доступності інформації, несанкціонований обіг інформації з обмеженим доступом, а також через негативний інформаційно-психологічний вплив та умисне спричинення негативних наслідків застосування інформаційних технологій;
- загрози інформаційній безпеці – наявні та потенційно можливі явища і чинники, які створюють небезпеку життєво важливим інтересам людини і громадянина, суспільства і держави в інформаційній сфері;
- стратегічний контент – це національний інформаційний продукт, який має на меті забезпечити політичну, культурну та духовну цілісність і розвиток політичної нації;
- національний інформаційний продукт – це аудіовізуальний, друкований чи інший продукт, призначений для задоволення інформаційно-комунікативних потреб громадян України, суспільства і держави, створений громадянами або юридичними особами України згідно з чинним законодавством;
- державна інформаційна політика – це діяльність держави, спрямована на формування та регулювання середовища, в якому задовольняються інформаційно-комунікативні потреби громадян України, суспільства і держави;

- сталий розвиток національного інформаційного простору – такий стан національного інформаційного простору, за якого забезпечується достатній рівень основних потреб та життєво важливих інтересів громадянина, суспільства і держави в інформаційній галузі;
- національний інформаційний простір – сукупність всіх інформаційних потоків як національного, так й іноземного походження, які доступні на території держави;
- інформаційна галузь – сукупність інформаційних технологій, ресурсів, продукції і послуг, інформаційної інфраструктури, суб'єктів інформаційної діяльності та системи регулювання суспільних інформаційних відносин;
- інформаційний суверенітет України – це виключне право України відповідно до Конституції і законодавства України та норм міжнародного права самостійно і незалежно з додержанням балансу інтересів особи, суспільства і держави визначати й здійснювати внутрішні й геополітичні національні інтереси в інформаційній сфері, державну внутрішню й зовнішню інформаційну політику, розпоряджатися власними інформаційними ресурсами, формувати інфраструктуру національного інформаційного простору, створювати умови для його інтегрування у світовий інформаційний простір та гарантувати інформаційну безпеку держави;
- інформаційна інфраструктура – сукупність організаційних структур і систем, які забезпечують функціонування та розвиток інформаційного простору, засобів інформаційної взаємодії та доступу користувачів до інформаційних ресурсів;
- забезпечення інформаційної безпеки – діяльність, спрямована на запобігання, своєчасне виявлення, припинення чи нейтралізацію реальних і потенційних загроз інформаційній безпеці України;

- кібернетична безпека (кібербезпека) – стан захищеності життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства та держави в кіберпросторі;
- кіберпростір – середовище, яке виникає в результаті функціонування на основі єдиних принципів і за загальними правилами інформаційних (автоматизованих), телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем;
- кіберзлочин – суспільно небезпечне діяння у кіберпросторі, передбачене чинним законодавством України про кримінальну відповідальність;
- кібертероризм – терористична діяльність у кіберпросторі або з його використанням».

Розглядаючи досить широкий спектр соціально політичних конфліктів під час здійснювання інформаційно-комунікативної революції дослідники оперують термінами «інформаційна війна», «кібервійна» та «мережева війна», однак, цей перелік необхідно доповнити поняттям «інтелектуальна війна».

Вже з давніх часів засоби масової інформації (ЗМІ) стали майданчиком військових дій в ІнфВ. Зокрема, якщо вести мову про телебачення, то явища, що демонструються на екрані, являються характерологічним «ангажованим» дискурсом, який оперує інформаційними та віртуальними об'єктами. Саме тому не тільки сама інформація, але й її обговорення, реакція на неї передаються тому, хто спостерігає за діями на екрані.

Отже, твердження про автономного суб'єкта, який знаходиться «по той бік» екрану не можна вважати актуальним. Тим більше, що можна ставити під сумнів можливість його незаангажованості, об'єктивність його оцінювання баченого, оскільки з екрана мова йде не про реальну об'єктивну подію чи явище, а про подію чи явище, які можна вважати симуляційними.

Тому один із найважливіших принципів у процесі аналізу проблеми ІнфВ та інформаційної зброї – сформована реальність, полягає в тому, що просто спостерігати подію неможливо. Адже, той, хто спостерігає за діями на екрані, занурюється в реальність, що з певною метою штучно сформована іншими.

Розглядаючи явище «інформаційна війна» Г.Г. Почепцов відзначає, що вона має чітку структуру, що «розгортається в інформаційному просторі – просторі епістемологічному, змістовому, в якому інформаційні технології створюють, передають і зберігають зміст, що має потенціал, який трансформує дійсність. З розвитком інформаційної цивілізації вони стають основними продуктивними силами, що створюють інформацію і знання, тобто той сенс, який є об'єктом агресії в інформаційній війні, одночасно представляючи «найбільшу небезпеку в сенсі нового знаряддя атаки»» [116; с.122-123].

Інформаційну війну можна вважати новим типом володарювання, оскільки мова йде про управління свідомістю, і нова реальність по відношенню до ідеологічного протистояння, інформаційній війні і контрпропаганді. Вона відрізняється унікальністю театру військових дій, яким стає свідомість. Таким чином, сучасна війна є війною свідомості.

Фахівці називають таку війну різновидом бойових дій, де зброєю виступають засоби і методи опрацювання інформації. Такі засоби дозволяють досить швидко, цілеспрямовано та таємно здійснювати вплив на військові й цивільні інформаційні системи ворога з метою підриву його економічного стану, політичної стабільності, боєготовності та, врешті решт – національної безпеки. В залежності від цілей і характеру поставлених завдань інформаційна зброя може бути [51, с.204] такою яка впливає:

- на засоби захисту інформації, системи що атакується;
- впливає на збережену, оброблену в атакованій системі інформацію.

Успіх у веденні такого виду війни залежить від досягнення трьох основних цілей:

- контролю інформаційного простору і забезпечення захисту власної інформації;
- забезпечення наступальних інформаційних дій;
- оптимізації загальної ефективності дій збройних сил.

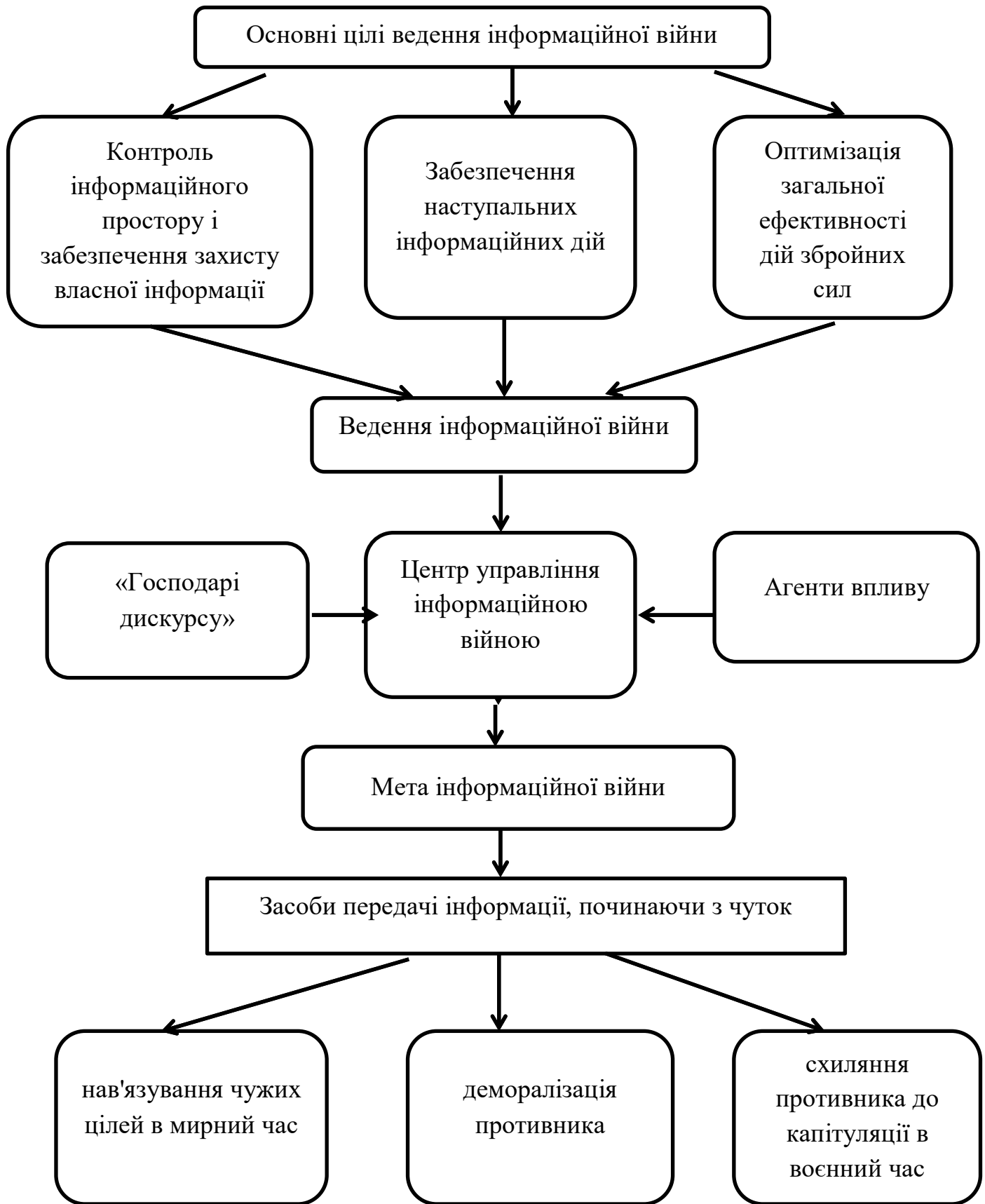


Рис.1.1. Концепція інформаційної війни

У суб'єктної складової цієї структури необхідним є виділення:

- певного органу, можливого «Центру» управління інформаційною війною;
- агентів впливу, які втілюють стратегію і тактику війни в життя;
- зацікавлених осіб («господарів дискурсу»), що, в залежності від ведення або припинення інформаційної війни, отримують власні доходи або потерпають збитків.

Усі укази, накази, постанови, розпорядження, закони, а також всі ті відомості, які поширюються в суспільстві, мають інформаційний вплив на масову свідомість. Провідною метою інформаційної війни є нав'язування інших (незнайомих) цілей – в мирний час та деморалізація ворога, схилення його до капітуляції – у воєнний час.

Базовий закон «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію» надає визначення понять мобілізаційної підготовки, системи управління мобілізаційною підготовкою, мобілізації, особливого періоду, мобілізаційного плану, мобілізаційного завдання (замовлення). Пункт 3 статті 3 зазначає, що зміст мобілізаційної підготовки, зокрема, полягає у «визначенні умов діяльності та підготовки підприємств до роботи в умовах особливого періоду, підготовки галузей національної економіки до переведення і функціонування в умовах особливого періоду, утриманні мобілізаційних потужностей для задоволення потреб держави в особливий період, бронюванні військовозобов'язаних за підприємствами на період мобілізації та воєнний час, підвищенні кваліфікації з питань мобілізаційної підготовки і проведенні військово-економічних мобілізаційних навчань і тренувань, підготовці до перерозподілу трудових ресурсів в особливий період. пунктом 3 статті 4 передбачено, що часткова мобілізація може стосуватися окремих місцевостей або певної частини національної економіки» [27].

У ситуації, що складається внаслідок інформаційного впливу, невідкладним завданням постає забезпечення процесу формування та

розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення, який передбачає активне залучення громадськості до вирішення пріоритетних економічних, екологічних та соціальних проблем країни. Цей процес об'єднує всі категорії та площини громадськості (молодь, чоловіків, жінок, місцеву владу, приватний сектор, бідних/багатих, представників громадянського суспільства, освітні заклади тощо) у формі розуміння та патріотичного відношення до безпеки держави і призводить до активної участі громади.

Адже, в цілому, мобілізація – це приведення громадян країни у такий стан (організаційний, інституційний, ментальний), коли вони здатні спільно вирішити проблеми, що виникли перед країною. Це включає і зміну способу мислення людей, які вбачають спільну конкретну проблему, таким чином, щоб тільки при їх об'єднанні було максимально використано свій громадянський прихований потенціал у допомозі державі [136, с. 144].

Отже, в умовах інформаційної війни породжується проблема формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення – лише при повному розумінні громадськості цього процесу формується можливість досягти очікуваного результату, тому тема є актуальною для інформаційного сьогодення та потребує детального вивчення.

1.2 Інформаційна війна як комунікативна технологія формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення в наукових дослідженнях

В інформаційну епоху, коли роль і значення комунікації кардинально змінюється, наука почала ретельно вивчати вплив інформації на суспільство саме тому, що інформація стала основним продуктом виробництва й основним засобом впливу на культуру і соціум, особливо на масову свідомість.

Пристаючи до аналізу цієї актуальної, але дуже складної проблеми, треба ще раз підкреслити, що вона торкається проблем, пов'язаних із загальними аспектами проведення інформаційних війн, їх теоретичного оснащення, взаємодії інформаційних війн з війнами загальними, тобто збройними конфліктами, та інше.

Вітчизняні та іноземні дослідники у військовій галузі, галузі історії, психології, науки і техніки, соціології, філософії та культурології в останні десятиліття ХХ ст. досить багато уваги приділяють проблемам інформаційної війни, мультимедійної культури, інформаційного захисту, «кольоровим революціям», кібервійні, інформаційного протиборства, в цілому інформаційного суспільства, життєдіяльність в якому тісно пов'язана з наявністю інформаційних ресурсів.

Поступово інформаційні потоки стають предметом дослідження різних наук [32, 33, 34, 43, 48, 51, 54, 60, 70, 71, 73, 79, 92, 95, 103, 110, 113, 128]: теорії психології, лінгвістики, соціології, філософії, медицини, комунікації, семіотики, герменевтики, теорії інформації; паблік рілейшенз та ін. Першими почали розглядати інформаційну війну Д. А. Богуш, Г. В. Грачов, Б.А. Грушин, І. І. Завадський, А. В. Манойло, Н. І. Панарін, В.А. Полторак, Г. Г. Почепцов, С. П. Расторгуєв, Дж. Стейн, Ю.П. Сурмін, Р. Шафранський, Д. А. Швець.

Слід відзначити, що думки вчених щодо визначення поняття «інформаційна війна» є неоднозначними:

- представники першої групи, зокрема, С. Расторгуєв [49], зводить поняття інформаційної війни до окремих інформаційних заходів і операцій, інформаційних способів корпоративної конкуренції;
- представники другої групи – С. Гриняєв [49], С. Комов [79] вважають інформаційні війни міждержавним військовим протиборством, що відбувається шляхом програмного, радіоелектронного та фізичного впливу інфраструктури держави-противника, дезорганізації систем його

державного і військового управління, здійснення інформаційно-психологічного впливу на особовий склад армії та цивільне населення; сутність такого виду інформаційної війни полягає в нанесенні військової поразки противнику шляхом досягнення та використання інформаційної переваги над ним;

- представники третьої групи, зокрема, І. Панарін [103], вважають її явищем зовні мирного періоду міждержавного протиборства, що дозволяє вирішувати зовнішньополітичні завдання несиловим шляхом.

Відомий дослідник, доробки якого вже розглядались в цій роботі, Г. Почепцов з інформаційної війни також виділяє окремий тип – смислову війну, обґрунтовуючи наступним чином: звичайна війна поширюється на простір фізичний, інформаційна – на інформаційний, а смислова війна займає віртуальний простір, впливаючи на пізнавальну сферу людини. Інформаційно-смислова війна є довготривалою і зайнята не стільки фактами, скільки зміною інтерпретацій фактів, щоб опонент прийняв потрібне для атакуючої сторони рішення [116].

Інформаційна війна складається з дій, що вживаються з метою досягнення інформаційної переваги в забезпеченні в тому числі національної військової стратегії шляхом впливу на інформацію і інформаційні системи противника з одночасним зміцненням і захистом власної інформації та інформаційних систем і інфраструктури [72].

Якщо розглядати інформаційну війну як засіб впливу на громадську думку, то можна сказати, що інформаційна війна є досить **сильним механізмом впливу і маніпуляції суспільною свідомістю**. Одним із важливих соціальних інститутів, який впливає на державний устрій в демократичних країнах є громадська думка. Під громадською думкою Б. Грушин розуміє соціальний інститут, який стійко й ефективно бере участь у здійсненні влади, один із визнаних, узаконених механізмів процесу прийняття рішень на всіх рівнях життя суспільства. Тобто, громадська думка,

за його баченням, – це форма вираження політичної волі, свідомості мас, яке реально «тисне» на органи управління (в тому числі і на виборах, у процесі референдумів) і, поряд з іншими соціально-політичними інститутами, бере участь у політичному процесі [110, с. 11]. В досвідчених руках фахівців інформація може отримати роль справжньої зброї у маніпуляції масовою свідомістю людей, що особливо загострюється в революційні періоди.

Слід зазначити, що громадська думка розпочинає формуватися лише тоді, коли та чи інша суспільна проблема стає актуальною та викликає реальний обмін точками зору. Як стверджує Б. Грушин, якраз тут і розпочинається процес формування громадської думки [110, с. 91]. Формування громадської думки здійснюється з урахуванням наступних етапів та різновидів інформації:

- індивідуальний і колективний досвід суб'єктів громадської думки;
- інформація, що надходить до них про події та факти суспільного життя;
- ідеологічні фільтри, через які ця інформація певним чином інтерпретується, входячи вже у видозмінений формі у громадську думку;
- соціальні стереотипи, які являють собою стійкі, емоційно зафарбовані, спрощені моделі об'єктивної соціальної реальності, таким чином здійснюючи селекцію думок і позицій населення.

Функціонувати громадська думка може, як внутрішньо (тобто приховано, латентно), так і зовнішньо (відкрито – вираження громадської думки словами чи діями). Громадська думка формується в процесі передачі інформації, і регулюється за допомогою постійного надання додаткової інформації [110, с. 51]. Але не дивлячись на це, процес формування та функціонування є динамічним та неперервним, тобто ніколи не може бути завершеним, а громадська думка не може бути остаточно сформованою, громадська думка завжди є тільки певним «зрізом» неперервного потоку його функціонування.

Формування громадської думки:

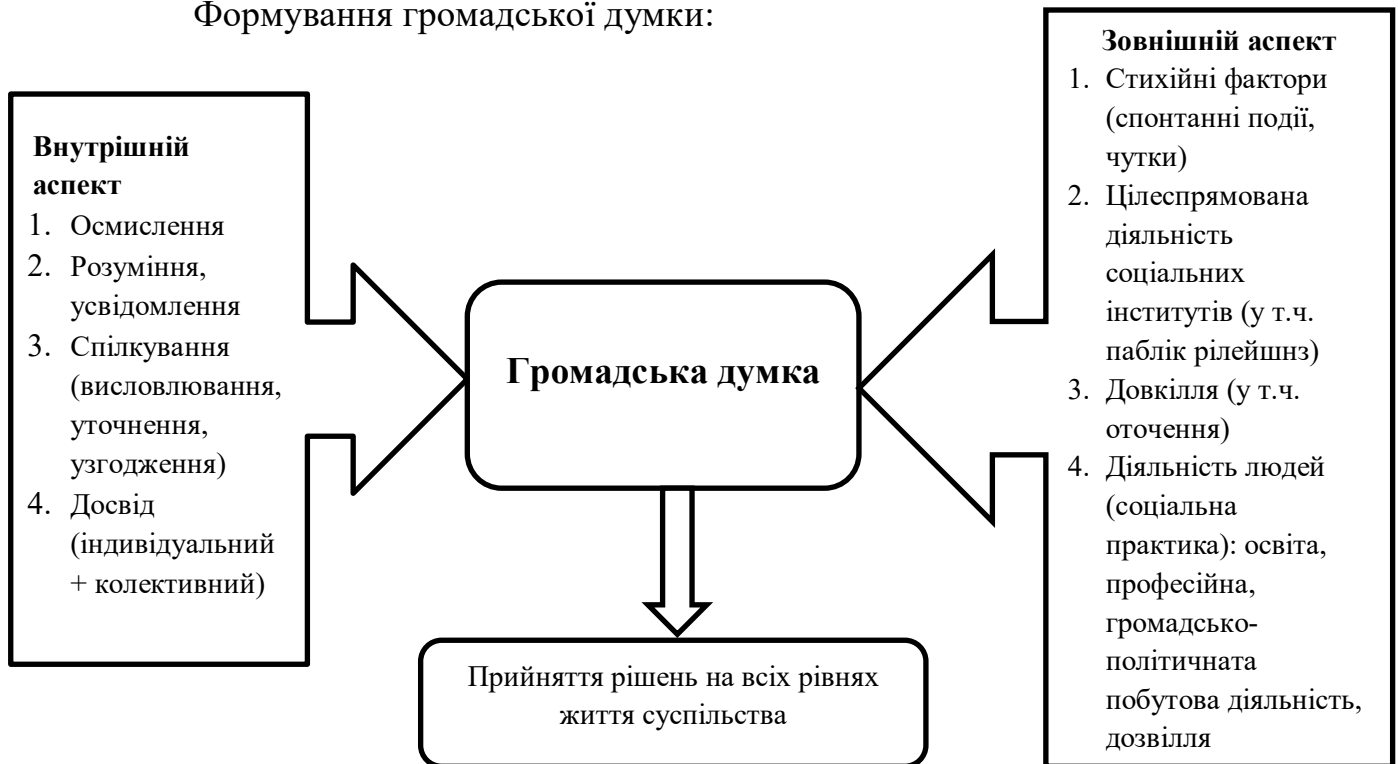


Рис.1.2. Процес формування громадської думки

Наголошуючи на різноманітності форм інформаційних війн, Мартін Лібікі – один з перших теоретиків у цій галузі зазначає, що «інформаційна війна має два варіанти [145, с. 135]:

- інформаційна блокада – цей вид війни дослідник розглядає в контексті того, що сьогодні формується залежність держав від інформаційних потоків, подібно залежності від матеріального постачання, яке існувало в попередній період, для успіху блокади країна повинна бути залежною від зовнішніх інформаційних потоків;
- інформаційний імперіалізм (інформаційне домінування) – переваги в створенні, маніпуляції і використанні інформації, достатньої для воєнного домінування.

У цьому контексті вчений наголошує, що найбільш важливим знанням є знання себе, а потім супротивника, «людське знання задає стратегію, знання машин – тактику, погану стратегію не врятують тактичні інформаційні переваги».

Розширюючи аналіз феномену «інформаційна війна» Мартін Лібікі розкриває сім форм цього явища, зокрема такі як боротьба [48, с. 408]:

- із системою управління і комунікацій ворога;
- за інформаційні відомості про власні сили і сили супротивника для отримання вирішальної переваги над ворогом;
- радіоелектронна;
- з гуманітарними системами ворога;
- з техніко-технологічними системами ворога.

Сюди ж він відносить таку форму як «блокування чи спрямування даних про економічний стан у потрібне русло задля економічного домінування».

Відомий український фахівець Г.Г. Почепцов, який практично першим з українських вчених приступив до вивчення та аналізу цієї проблематики присвятив і присвячує їй багато власних публікацій. Зокрема він зауважує: «термін «комунікативний» підкреслює особливий статус аудиторії як об'єкта впливу, оскільки успішний вплив може опиратися тільки на інтереси, цінності, ідеали аудиторії, тобто йдеться про необхідність розмовляти з нею однією мовою у прямому та переносному сенсі цього слова. Цілями такого впливу на масову свідомість є внесення змін у когнітивну структуру із тим, щоб здобути відповідні зміни у поведінковій структурі» [116, с.20].

Розглядаючи цю проблему, іноземні дослідники Е. Аронсон та Е. Пратканіс, наполягають на тому, що комунікативні технології можуть ідентифікуватися із *пропагандистськими технологіями*. Вони так само стверджують, що пропаганда більше спрямована на почуття і емоції людей, комунікація – впливає на розум людини. Саме в цьому, на його думку, полягає основоположна відмінність пропаганди від комунікації. Роль комунікації в суспільстві полягає у наданні суб'єктам інформаційної діяльності можливості мати керівний вплив на масову свідомість.

З метою точнішого розгляду сутності явища «пропаганда» буде наведено визначення англійського дослідника Л. Фрезера, який визначає, що «пропаганда є мистецтвом примусу людей робити те, чого б вони не робили, якби мали в своєму розпорядженні усі дані, які відносяться до ситуації» [32, с 111].

Щодо пропаганди дослідник розподіляє це явище на «білу», «сіру» і «чорну». В білій пропаганді, зазвичай, ведеться передача інформаційного контенту від імені офіційного джерела або його структурних підрозділів. Вона є відкритою та використовує перевірені дані і такою, що не приховує свої цілі. І цим самим біла пропаганда дуже схожа на комунікацію. Основні відмінності пропаганди від комунікації, як стверджує Л. Фрезер, можна побачити, якщо розглядати такі види пропаганди як сіра і чорна. Здебільшого такі види пропаганди не вказують певного джерела інформації, використовують неперевірені відомості, прагне ввести людей в оману або ґрунтується на справжнісінькому обмані. У цьому і полягає та сама грань між відмінностями цих двох понять. Вона дуже тонка і заплутана, особливо в сьогоdnішній час, коли здійснюється активна інформаційна війна з боку Росії, і зрозуміти де правда в інформації, а де ні, нажаль, практично неможливо. З моменту початку революції в Україні (події на Майдані в 2013 р.) технології пропаганди і комунікації переплуталися між собою, подання інформації часто ведеться таким чином, що б ускладнити сприйняття людьми.

Відповідно до природи повідомлення Е. Аронсон виділяє такі типи пропаганди:

Позитивна (конструктивна) пропаганда прагне донести до споживача ті або інші переконання в доступній формі. Мета позитивної пропаганди - сприяти соціальній гармонії, злагоді, вихованню людей згідно із загальноприйнятими цінностями. Позитивна пропаганда виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві. Вона здійснюється в інтересах тих, до

кого скерована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб. Позитивна пропаганда, на відміну від негативної, не переслідує маніпулятивних цілей. Тим не менш, оскільки «загальноприйняті цінності» вже й без пропаганди є загальноприйнятими, справжні цілі «конструктивної» пропаганди часто розходяться з тими, які декларуються пропагандистами [31, с. 203].

Негативна (деструктивна) пропаганда нав'язує людям ті або інші переконання за принципом «мета виправдовує засоби». Мета негативної пропаганди — розпалювання соціальної ворожнечі, нагнітання соціальних конфліктів, загострення суперечностей у суспільстві, пробудження низинних інстинктів у людей тощо. Це роз'єднує людей, робить їх слухняними волі пропагандиста. Основна функція негативної пропаганди — створення ілюзорної, паралельної реальності з «перевернутою», або спотвореною системою цінностей, переконань, поглядів. Негативна пропаганда активно використовує низьку критичність та навіюваність мас, щоб маніпулювати цими масами в інтересах невеликої групи осіб [31, с. 207].

Ці різні типи пропаганди, пише М.І. Скуленко, відрізняються кількістю правдивої та правильної інформації, яку можна використати для боротьби з пропагандою (Рис.1.3). Наприклад, протидію білій пропаганді легко знайти, дискредитувавши джерела пропаганди. Протидія сірій пропаганді, якщо таку пропаганду виявлять (часто з внутрішнього джерела), може спровокувати певного рівня публічні протести. Протидія чорній пропаганді часто не очевидна та небезпечна при оприлюдненні, оскільки ознайомлення громадськості з джерелами і тактикою чорної пропаганди підірве всю кампанію чорної пропаганди або викличе протидію з боку чорних пропагандистів [131, с. 27].

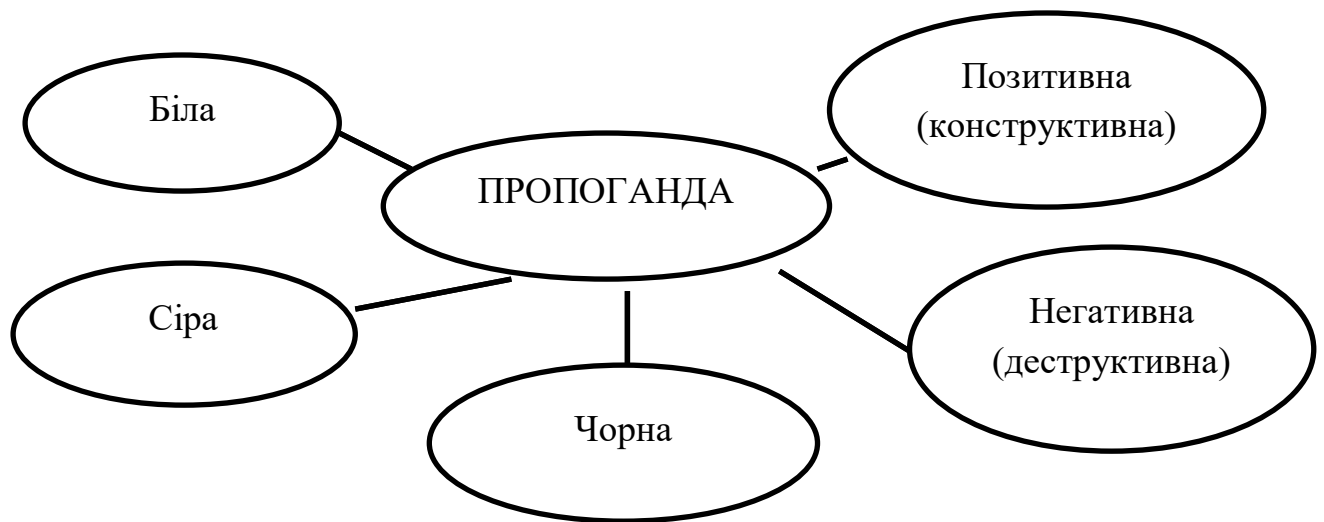


Рис.1.3. Типи пропаганди

Важливі висновки, анашу думку, робить дослідниця Н. Зражевська про те, що у кожній ІнфВ є суб'єкт, тобто той чи ті, хто управляє інформаційними потоками. До суб'єктів діяльності в інформаційному просторі громади, що реалізує інформаційну політику держави, вона відносить [71]:

1) органи державної влади та управління – вони мають інтереси в інформаційному просторі; формують і контролюють національний інформаційний простір; створюють структурні підрозділи, до функцій і завдань яких входить ведення інформаційної війни;

2) міжнародні організації, які мають інтереси в інформаційному просторі та здійснюють формування інформаційного простору; застосовують національні структури, інтегровані в міжнародні організації; створюють власний науково-технічний потенціал і користуються потенціалом країн;

3) неурядові організації, які мають інтереси в інформаційному просторі; створюють особистий сегмент інформаційного простору; створюють в рамках своїх структур підрозділи, до функцій і завдань яких входить ведення інформаційного протистояння; створюють і використовують

власний науково-технічний потенціал та користуються потенціалом союзників, а також країн що їх підтримують;

4) медіа-корпорації, основною функцією яких є поширення знань, ідей і цінностей, формування певних поглядів, уявлень і емоційних станів.

Слід зауважити, що думки дослідників та науковців щодо впливу засобів масової інформації розходяться. Так, наприклад, О. Матвейчев [95], розмірковуючи про роль ЗМІ в інформаційному протиборстві, визначає дві позиції, формулюючи їх природу:

- Перша теорія – «наївно-демократична», за нею ЗМІ – це спосіб, засіб інформування мас;
- Друга теорія – «тоталітарна», за нею ЗМІ – засіб впливу на масову свідомість.

Певним компромісом між цими теоріями є так звана «теорія порядку денного» (agenda-setting) М. МакКомбза і Д. Шоу, яка стверджує, що саме засоби масової інформації нав'язують проблему для обговорення, «порядок денний», є «точкою відліку», системою координат для всіх учасників [19].

Нинішні дослідники Е. Аронсон і Е. Пратканіс [2] виділяють наступні чотири стратегії впливу:

- упередження, що має в собі маніпулювання тим, як структурована проблема і як сформульовано рішення;
 - довіру до джерела (створення позитивного образу в очах аудиторії);
- створення і донесення до адресата послання, яке фокусує його увагу і думки саме на тому, що потрібно комунікатору;
- збудження емоції, а потім пропозиція мішені способу реагування на неї (в цьому випадку мішень стурбована необхідністю впоратися з емоціями, виконуючи вимогу в надії уникнути негативної емоції або зберегти позитивну).

Багато вчених висловлювало свою думку про значення ІнфВ. Вважається, що першим, хто сповістив про неї, був Т. Рона (1976 р.). У

своєму тексті він зупиняється на такому аспекті, як важливість використання інформаційних потоків для впливу на дії ворога, аналізуючи внутрішні й зовнішні інформаційні потоки. Т. Рона вперше розглядає всі ті чинники, які сьогодні є в основі ІнфВ: збільшення обсягу особистої інформації, підвищення складності доступу до правдивої інформації ворогу; розташування в інформаційних потоках ворога правдивої, за своїм загальним виглядом, але дійсно фальшивої інформації [54].

Серед іноземних праць учених, що стосуються проблеми, так само можна відзначити підходи Дж. Стейна і Р. Шафраньски, Дж. Стейн у своїй статті 1995 р. «Інформаційна війна» говорить про інформаційну війну як про технологію досягнення національних цілей за допомогою інформації [33]. Р. Шафраньски в 1994 р. підкреслює важливість урахування в процесі такої війни ментального виміру й вищих цінностей населення. Предметом війни він вважає примус опонента підкоритися нашій волі. Тому він приходить такого висновку: «Знання цінностей супротивника і використання його репрезентативної системи дає нам змогу співвідносити цінності, спілкуватися з противником на вербальному й невербальному рівнях мовою ворога» [54].

Результати досліджень, вище описаних авторів, були застосовані для втілення в різних соціальних практиках. Зокрема, з'ясувалося, що управління комунікаціями може принести досить вагомі результати:

- змінювати соціальні системи;
- розв'язувати війни;
- піднімати маси;
- створювати позитивні образи вождів;
- сконструювати та змінювати реальність.

Дослідження науковців та отримані ними результати досить оперативно почали використовуватися професіоналами в галузі піару, реклами, військових операцій, мас-медіа, освіти, розвідки, політики тощо. Їх діяльність призвела до того, що у потужному комунікативному потоці

подеколи вже досить складно розпізнати дійсність від симулякра, істину від пропаганди, справжні потреби від сформованих маніпулятивно.

Дослідження останніх років демонструють, що інформація та ІТ здійснюють все більший вплив на життєдіяльність людей та суспільства. А нині інформація стала тим стратегічним ресурсом країни, який визначає рівень її розвитку і особливості функціонування. Це означатиме, що задля зниження рівня захищеності суспільства досить зруйнувати комунікативні процеси та застосувати засоби перешкоджання обміну інформацією. Сутність інформаційної війни потребує не тільки осмислення нового досвіду, але і генерування нових теорій, спрямованих на захист особистого інформаційного простору.

Зокрема, як з'ясували дослідники, управління комунікацією може дати неймовірні результати: розв'язати війни, підняти маси, змінити соціальні системи, створити позитивний образ вождя, сконструювати реальність. Такі роботи та їх результати стають корисними фахівцям в галузі політики, розвідки, освіти, військових операцій, реклами, піару, мас-медіа та ін. У досить потужному інформаційному потоці деколи складно відрізнити правду від пропаганди, реальність від симулякра, справжні потреби від сформованих маніпулятивно [71].

Наукових праць за темою інформаційної війни загалом виявлено багато, однак, здебільшого, вони не розраховані на досить інтенсивну динамічність цього процесу в часі.

1.3 Методи, засоби та технологічні прийоми інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення

У інформаційну епоху роль і значення інформаційно-комунікаційних технологій кардинально трансформується, науковці розпочали ретельно

вивчати вплив інформатизації на розвиток суспільства саме тому, що інформація стала визначальним матеріалом виробництва й основним засобом впливу на культуру й соціум, особливо на масову свідомість громадськості. Все частіше інформаційні ресурси стали предметом дослідження різних наук: психології, герменевтики, соціології, теорії комунікації, лінгвістики, медицини, філософії, семіотики, паблік рілейшенз, теорії інформації та ін.

Щонайперше, до засобів інформаційної війни можна віднести ЗМІ та засоби передавання інформації, розпочинаючи з пліток та чуток. Адже передача новин від однієї особи до іншої завжди був найнебезпечнішим, а тим самим і найефективнішим засобом в цьому процесі.

Подана інформація впливає на масову свідомість, на рішення і поведінку людей. Виділяють три рівні маніпулювання [124, с. 104]:

- посилення ідей, установок, мотивів, цінностей, норм у свідомості людей;
- незначні зміни поглядів людей на ту чи іншу подію, процес, факт – здійснення впливу на емоційне і практичне ставлення до конкретного явища;
- повідомлення громадськості нових сенсаційних, незвичайних, драматичних, надзвичайно важливих відомостей – корінна, кардинальна зміна життєвих установок.

ЗМІ стають ареною боротьби і пропаганди в сучасному інформаційному протиборстві, оскільки вони створюють (а не описують) реальність. Сучасні пропагандисти використовують дві основні людські схильності:

- прагнення користуватися розумовими стереотипами і раціоналізацією поведінки;
- створення різних видів тактики, які впливають на упередження і емоції.

Сучасна пропаганда віддає перевагу шляху переконання і спрямована на отримання вигоди з обмежених когнітивних здібностей більшості людей в

сфері обробки інформації. Сучасне інформаційне середовище, насичене повідомленнями, рекламними оголошеннями і тощо мінімізує можливість глибокого осмислення важливих проблем і рішень.

На методологію формування сучасної воєнної та економічної стратегії країн чимдалі більш впливає те, що взаємовідношення між цивільною і воєнною галузями суспільства забезпечують економічні та інтелектуальні ресурси, ІКТ тощо.

Головна зброя, яку використовує ІнфВ, це специфічна інформаційна зброя, що представляє собою *засоби знищення, перевертання або грабування інформаційних масивів, видобування з них необхідної інформації* в результаті руйнування систем захисту, обмеження або заборони доступу до них користувачів, порушення функціонування технічних засобів, виведення з ладу ІТ-систем та мереж, систем тощо.

Цілком реально, що всі ці ненасильницькі (несилові) методи мають потужну інформаційну складову, яка фактично являється інформаційною війною. «Виникли нові технологічні засоби, що дозволяють охопити пропагандою мільйони людей одночасно. Виникли і організації, які можуть ставити неможливі раніше за масштабами політичні спектаклі - і в ідеї масових дійств і видовищ, і у вигляді кривавих провокацій.

З'явилися види мистецтв, які впливають і на психіку (наприклад, перформанс, перетворення частини повсякденної реальності в спектакль), де використовуються витончені технології зміни як індивідуальної, так і суспільної свідомості – так звані, high-hume, які називаються ІКТ.

Широке використання нових технологій (розпочинаючи з Web 2.0 і вище) і зростаючі виклики можливостей мобільного зв'язку перетворює мережу в канал особливого відчуття реальності. Користувачі Інтернету можуть:

- в інтерактивному режимі взаємодії діяти не тільки в соціальних мережах, але і з органами влади та бізнесу;

- здійснювати в онлайн-режимі моніторинг оновлення вибраних ресурсів;
- отримувати мультимедійну та текстову інформацію на умовах участі в її подальшому розповсюдженні;
- самостійно проектувати і розповсюджувати контент тощо.

У цей період з'явилися можливості широкого використання соціальних та управлінських мобільних веб-ресурсів, які єднають в собі ефекти соціальних зв'язків (соціальний комп'ютинг). Мова йде про формування багаторівневого мережевого інтернет-простору, в якому практично постійно знаходиться багато учасників, які існують з більшою чи меншою активністю і регулярністю, які мають постійні контакти з кількома десятками або сотнями людей (за інтересами, роботою тощо), так і відкриті для швидкої взаємодії з будь-яким іншим учасником Мережі. По суті, формується «мережеве покоління».

Зокрема, здійснюючи аналітичний огляд наукових праць, С. Шпилик виділяє такі *методи маніпуляції масовою свідомістю* [147, с. 184]:

- використання навіювання;
- перенесення приватного факту в площину загального;
- використання пліток, чуток, здогадів та домислів;
- метод формування громади у «потрібні трупи»;
- метод створення «страховиськ» для громадян;
- приховування достовірних фактів і нав'язування інших;
- метод виокремлення фрагментів інформації – фрагментації;
- метод повторів через конвеєрну подачу інформації: «правда, правда, правда, неправда, правда»;
- створення неправдивих подій, містифікація.

На сьогодні інформаційна війна, за своєю сутністю і за своїми методами, відзначається комплексністю, класифікація яких подана нижче:

- володіння ситуацією і контроль над бойовими діями;
- захист інформації;
- кібернетична війна;
- електронна війна;
- інформаційні терористи (хакери);
- інформаційна блокада;
- війна засобів масової інформації;
- психологічна війна;
- промислове та економічне шпигунство;
- методи ідеологічного протиборства;
- мережева війна;
- інтелектуальні війни (Рис.1.4).

З урахуванням зазначеного можна стверджувати, що подана інформація може контролювати специфічне прийняття рішення окремою людиною і певною групою. Для того щоб більш ефективно впливати на свідомість людей, найчастіше ЗМІ використовують наступні **техніки впливу** на громадську думку:

- подання великих об'ємів матеріалу з метою, щоб користувач не зрозумів сутності проблеми;
- спотворення картини, подання неповної частини ситуації;
- подання неправдивої інформації;
- подача інформації з особистими припущеннями і здогадками;
- оприлюднення інформації якомога пізніше.

Якщо розглядати інформаційну війну не як допоміжну структуру загальної, класичної війни, а як механізм впливу на громадську думку, то можна стверджувати, що **інформаційна війна виступає як сильний механізм впливу і маніпуляції суспільною свідомістю. Громадська думка**

стала одним з найважливіших інструментів, який впливає на державний устрій.

У контексті аналітичного огляду засобів та методів реалізації інформаційної складової інформаційної війни є важливими напрацювання французького вченого Ж. Еллюля, який свого часу, схарактеризував не лише вертикальний різновид пропаганди – класичний вплив політичної верхівки на громадськість, а й горизонтальний різновид, яку він називає «новим винаходом».

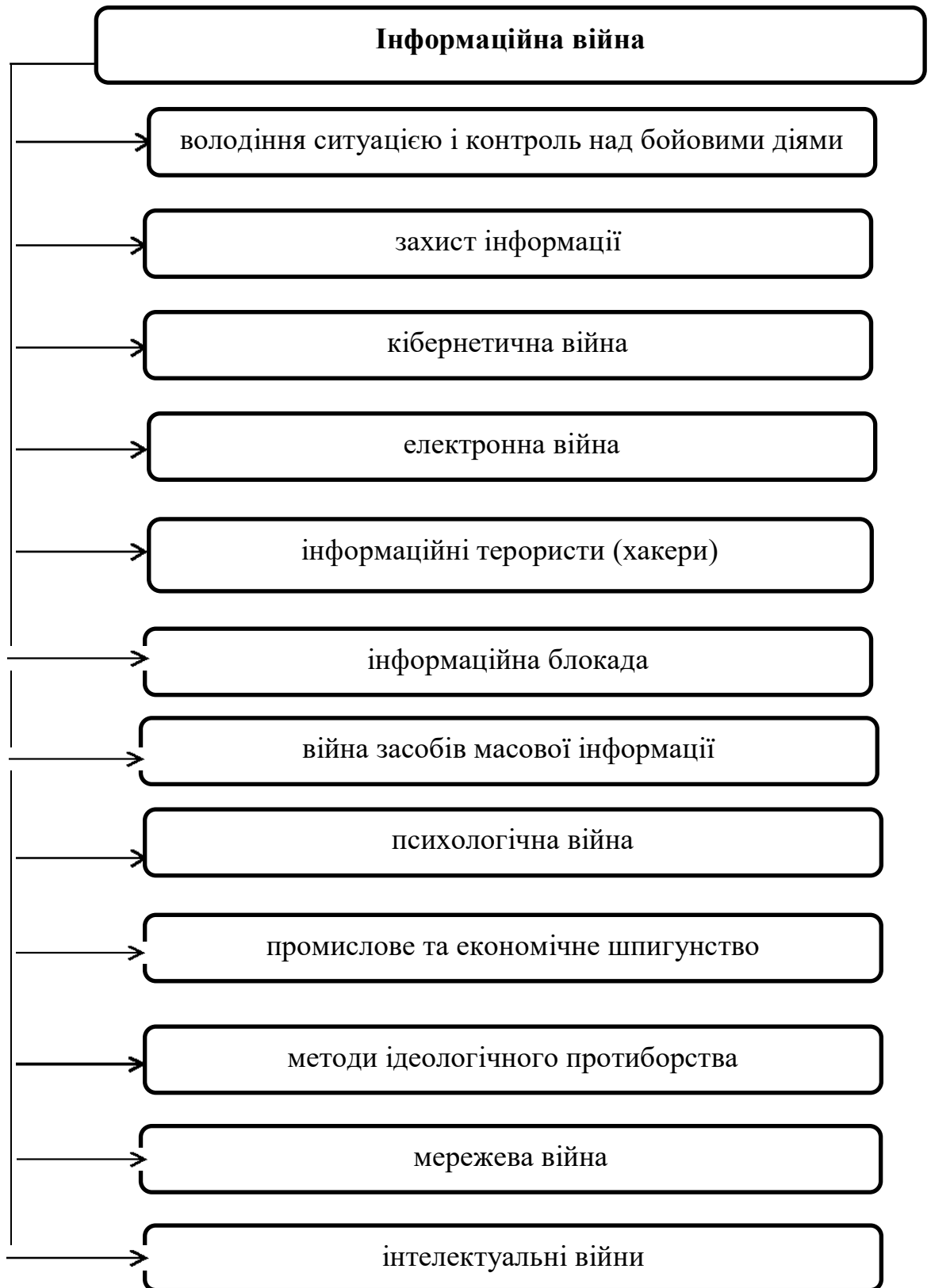


Рис.1.4. Класифікація методів інформаційної війни

Відповідно до його теорії, вертикальна пропаганда потребує об'ємного апарату комунікацій, а горизонтальна – немалої самоорганізації громади. Загалом пропаганду він визначає як ірраціональне формування певних думок, на відміну від інформації, яку експерт називає раціональною.

Пропаганда, яку він називає горизонтальною реалізується в певній соціальній групі. Тут всі учасники є рівними, серед яких відсутній лідер, а тому сприйняття інформації відбувається з максимальною довірою. Далі Ж. Еллюль виокремлює два види горизонтальної пропаганди:

- китайська – від членів групи не вимагається висловлювання власної думки;
- американська – передбачає активність індивідів та виявлення власної позиції.

Слід зазначити, що погляди фахівця на горизонтальну пропаганду багато в чому відбиваються в сучасному засобі – соціальних мережах. Окрім зазначеного, Ж. Еллюль розрізняє «політичну та соціологічну пропаганду. Політична – це техніка впливу на суспільство з боку держави, партій, інших владних інституцій. Соціологічна – це стиль життя, типи поведінки, звичаї та традиції, що є нормою в певному суспільстві. Соціологічна пропаганда є непомітною і, відповідно, важчою для розуміння. Так, політична пропаганда є цілеспрямованим, планомірним розповсюдженням ідей, у свою чергу соціологічна – проникає у свідомість завдяки існуючим економічним, політичним, соціологічним, культурологічним факторам. У першому випадку провідником поглядів є мас-медіа, у другому – соціальні структури. З точки зору ефективності засобів та методів інформаційної складової збройного насилля слід зазначити, що значну перевагу має горизонтальна та соціологічна пропаганда, бо вона непомітна та не є зовнішньою, по відношенню до групи, що підвищує довіру до неї» [9]. Зрозуміло, що основою ІнфВ є маніпулятивний вплив на громадськість.

З'ясовано, що технології впливу є різноманітними, однак відзначається універсальний основний засіб – це *інформаційне повідомлення*. Відповідно від ефективності побудови повідомлення залежить його маніпулятивний потенціал та ступінь впливу на аудиторію. Отже, одним з першочергових задач для суб'єкта ІнфВ є вміння кодувати повідомлення [60, с. 71]. На перший план О. Дубас виносить *інтелектуальний інструментарій*, оскільки, які він доводить, не існує універсальної та однозначної відповіді на запитання, яка аудиторія найкраще підійде, який саме «меседж» зможе виконати поставлені завдання, якою може бути форма для потрібного в цьому випадку контенту.

Поширення спеціально сконструйованих повідомлень серед масової аудиторії здійснюється за допомогою ЗМІ, діяльності клубів, сект, добродійних міжнародних фондів тощо.

Варто погодитись з Н. Гуріною в тому, що найбільш розповсюдженим способом є ЗМІ, що вимагає врахування структури та особливостей ЗМІ ворога. Основне завдання ЗМІ полягає у визначенні того, як з більшою ефективністю впливати на аудиторію конкурента – безпосередньо через пряму телерадіотрансляцію, пресу чи непрямо – через глобальні інформаційні системи або через робітників посольств, журналістів, співробітників спецслужб, учених тощо [53].

Отже, відповідно до означеного вище, можна робити висновок про те, що інформаційний складник збройного насильства плавно наближається до такого теоретично визначеного явища, як «консцієнтальна» війна – це система інформаційних, пропагандистських та психологічних дій, спрямованих на формування громадської думки, що проводяться із застосуванням ЗМІ, засобів культури, мистецтва та інших (психотропних, психотронних) прийомів протягом тривалого часу відповідно до ретельно розроблених сценаріїв. Періодично інформаційна складова збройного

насилля проявляється в різних країнах світу та досить часто застосовується перед реальними (фізичними) війнами» [114].

Сутність цього компонента полягає у використанні популяризації негативної інформації проти ворога, спрямованої на зміну в державній політиці, а також на розлад економічної системи супротивника і, як наслідок, погіршення владносупільних відносин, що надалі може призвести до активізації дій громадян проти власного уряду [34, с. 55].

Отже, в останні роки, відповідно до розвитку та з вагомих досягнень науки і техніки, засоби та методи реалізації впливу на масову аудиторію безкінечно вдосконалюються. Зокрема, ІКТ відкрили широкі можливості маніпуляції суспільною свідомістю, що стало основною складовою сучасного збройного насилля. Враховуючи нові можливості, експертами розроблено низку *технологічних прийомів* інформаційного впливу, серед яких слід виокремити наступні:

- розповсюдження чуток;
- поширення дезінформації;
- здійснення провокаційних дій;
- створення психологічного тиску;
- диверсифікація та формування громадської думки;
- створення мозаїчного контенту.

Тобто, сучасні ІКТ додали можливостей впливу на більш глибокі компоненти суспільної свідомості. Зазначене навело на виокремлення, паралельно з поняттям «інформаційна війна», такого феномену, як «консцієнтальна» війна.

Отже, доцільно вживати термін «інформаційно-психологічна війна», як вплив, який відбувається з метою планомірного розповсюдження інформації, яка впливає на психіку і поведінку політичної еліти та громадянське суспільство певної країни або регіону. За ствердженням фахівців, війною майбутнього можна назвати саме «консцієнтальну» війну – систему

інформаційно-пропагандистських та психологічних заходів, що здійснюються із застосуванням ЗМІ, культури, мистецтва та інших, можливо, психотропних, психотронних засобів протягом тривалого часу за логічно розробленими сценаріями.

Слід наголосити на тому, що сучасні теоретики ІнфВ за аналогією з *методом гіпнозу* пропонують такі *концептуальні технології* інформаційного протиборства:

- розслабити суспільство – вносити через ЗМІ інформацію про те, що противників більше немає і не буде, і для відволікання говорити на окремі історичні періоди, зосереджуватись на інтересах окремих малих;
- змусити суспільство слухати тільки ворога, наприклад, через пропаганду його способу життя, випустивши досвід інших країн і народів;
- змусити суспільство не розмірковувати над тим, що повідомляє недоброзичливець, а задля цього виключити із ЗМІ позитивні аналітичні передачі, змінивши акценти на блискучі розважальні шоу;
- зосередити увагу громадськості на якомусь окремому предметі, наприклад, на тероризмі – з метою, щоб підсистема захисту, що відповідає за опрацювання інформації, не почала функціонувати;
- неперервно акцентувати, що саме суспільство з часом поліпшується, тобто за мету є зниження здатності людей до критичного аналізу.

Висновки до Розділу 1

Отже, під сучасною ІнфВ розуміємо незалежну стратегію інформаційного впливу на масову свідомість та громадську думку з метою досягнення певного виграшу зацікавленої сторони. Такий інформаційний вплив сприяє формуванню безлічі думок, і в цьому хаосі людині достатньо складно визначити, де істина. Аналіз значущості моделей інформаційної війни й особливостей їх впливу на формування масової свідомості та громадської думки дав змогу зробити висновки про те, що такий вплив може нести в собі не тільки дрібні заворушення, а й революцію, яка може закінчитися розвалом країни.

Актуальність теми дослідження визначалася також і тим, що зараз у світі у вищому ступені проявляються і позитивні, і негативні можливості інформатизації суспільства, які здійснюються в інформаційних війнах, «стали прикметою нашого часу». Нині в різних регіонах земної кулі розгортаються інформаційні війни різної інтенсивності.

В теперішній час методи й прийоми ІнфВ, враховуючи відносно вільний доступ до інформації через Інтернет, породжуються з того, що теоретично люди можуть ознайомитися з тим, що передається через ЗМІ.

Еволюція методів ведення ІнфВ свідчить про зміну поколінь інформаційного протиборства: від першого покоління, більш орієнтованого на дезінтеграцію систем управління і проведеного як забезпечення дій традиційних сил і засобів, до стратегічного інформаційного протиборства другого покоління, заснованого на скоординованих інформаційних операціях, які приводять у результаті до неможливості застосування сили.

Сьогодні операції на основі ефектів «швидких вирішальних дій» представляють собою третє покоління методів ІнфВ. Вони розроблені як об'єднані передові концепції високоточного удару, домінуючий маневр і

інформаційні операції по всьому бойовому просторі, даючи можливість створити ефекти і викликати зміни в поведінці супротивника.

Їх основою стає мережеве протиборство, яке включає одночасні дії в фізичному, інформаційному, епістемологічному просторі противника. Це нова філософія війни, що дає можливість отримати бажаний стратегічний результат («ефект») через застосування повного діапазону військових і невійськових заходів на тактичному, оперативному і стратегічному рівнях.

Аналіз публікацій з проблеми інформаційної боротьби вказує, що в ній застосовується два види технологій: інформаційно-технічна і інформаційно-психологічна. Головними об'єктами інформаційно-технічної складової є науково-технічні засоби, а інформаційно-психологічної – особи.

Уточнено, що терміном «інформаційно-технічні технології» позначають інтегроване (комплексне) застосування засобів управління, навігації, зв'язку, розвідки а також технології впливу на ІТ-системи, інформаційно-комунікаційні мережі і їх захист. Цей вид війни передбачає, що періодично з боку хакерів здійснюються атаки на сайти державних організацій.

Інформаційно-психологічна війна полягає у використанні пропаганди проти ворога та спрямовується проти іншої держави. Вона часто може призводити до зміни в державній політиці, до розладу економічної системи ворога і, як результат, до погіршення владно-громадських взаємовідносин, які можуть перегода призвести до активізації дій громадськості проти власного уряду.

З'ясовано, що терміном «інформаційно-психологічні технології» позначається широкомасштабне застосування технологій інформаційного впливу на психологічний стан особового складу військ і громадськості протилежної сторони на користь досягнення стороною, що здійснює вплив, поставлених цілей.

Такі технології передбачають використання спеціальних підходів (методів й засобів), що призводять до руйнування систем державного та військового управління ворога; здійснюють інформаційний вплив на державне та військове керівництво та атмосферу в особовому складі військ; формують позитивну громадську думку у своїй державі та інших країнах світу щодо подій, які відбуваються в регіоні воєнного конфлікту; сприяють досягненню воєнно-політичних і воєнно-стратегічних цілей у війні.

Інформаційна війна ставить за мету зміну діяльності та дій противника, перемену мислення та зміни у свідомості людей і, відповідно, їхньої поведінки. Сьогодні можна розглядати ІнфВ як самостійну стратегію, яка може існувати без військових дій, але яка так само відбувається в прихованому змісті. Більш детально ІнфВ можна в подальшому розглянути на прикладі українсько-російського конфлікту.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ЯК КОМУНІКАТИВНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВО-МОБІЛІЗАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАСЕЛЕННЯ

2.1 Зарубіжний досвід інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення

Інформаційна війна як засіб впливу на ворога, який ґрунтується на комунікативних процесах з використанням сучасних ІТ, передбачає зміну громадської думки в заданому напрямі, зокрема, розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення. У зарубіжних медіа є інформація про те, що «батьком революції» у військовій справі був Ендрю Маршалл (Andrew Marshall).

Напевне, світовим лідером у галузі ІТ, особливо в галузі ведення інформаційної війни, можна вважати Китай. Адже, вперше термін «інформаційна війна» було введено в 1985 р. визначальним китайським теоретиком такого виду війни Шень Вейгуань [103]. В Китаї наприкінці 1980 - х рр. розпочали розробляти сучасну концепцію ведення інформаційної війни.

Існує думка, що вперше заговорили про термін «інформаційна війна» в США – спочатку як про додатковий інструмент звичайної війни, а потім як про самостійну стратегію, яка здатна руйнувати держави зсередини. Також у США створене Управління глобальних комунікацій в апараті Білого дому. Його основне завдання – боротьба з антиамериканськими настроями у світі. А 2005 р. в Держдепартаменті США ініціюється Управління трансформацією політичних режимів. За фактом, це структура зі здійснення «демократичних»

переворотів в інших країнах, яка фінансується благодійними фондами і організаціями [12].

США – одна з перших країн, у якій заговорили, а пізніше застосували методи введення інформаційної війни в цілому світі, і донині саме США активно справляє інформаційний вплив на населення світу в цілому.

США брали участь у багатьох війнах і конфліктах в історії, і набували нового досвіду для себе. Війна у В'єтнамі стала для США приводом для перегляду ролі громадської думки у збройних конфліктах. Тоді американці недооцінили її значення і через це зазнали поразки в деяких позиціях. Уже в ході вторгнення в Гренаду керівництво США доклало чимало зусиль для обробки громадської думки. На всіх етапах операцій увагу приділяли підтримці контактів із ЗМІ. З боку США була зроблена добре керована система інформаційного забезпечення воєнної політики та військ США.

Дослідники А. Дугін [49 с.56], І. Панарін [103] впевнені, що істинним розробником концепції ведення інформаційної війни можна вважати маршала Радянського Союзу М. Огаркова, начальника Генерального штабу Збройних Сил СРСР (1977 – 1984 рр.). Він насправді був реальним організатором вдалої Празької операції, в ході якої йому вдалося остаточно заплутати розвідку Великої Британії та різні розвідувальні служби НАТО і нав'язати їм надивовиж розроблену та розповсюджену дезінформацію.

Свого часу китайські теоретики ІнфВ, зокрема Шень Вейгуань зробили висновок про необхідність реалізації доктрини М. Огаркова в Китаї. Наслідком стало те, що за останні роки Китай добився ефективних результатів у процесі інформаційного протиборства з США. Найбільш виразно це було продемонстровано після студентських заворушень на площі Тяньаньмень (1989 р.), коли через ЗМІ до громадськості було доведено інформацію про те, що в Пекіні, Шанхаї та інших великих містах країни діяли групи екстремістів і кримінальників. Керівники Китаю впевнили

громаду втому, що безладдя інспірувалося США. Саме тоді китайці завоювали першу перемогу в ІнфВ проти США.

Величезну роль у досягненні перемоги виконав ефективний інформаційний вплив на китайську діаспору в США та Західній Європі. Китай неперервно покращує ідею мережесил, що є військовими структурами, які включають висококласних ІТ-експертів. Визначальний наголос здійснюється на втягуванні активної молоді, насамперед, користувачів Інтернет. Наприклад, якщо в 1999 р. нараховувалося біля 1,5 млн користувачів, то у 2012р. – 500 млн, тобто їх кількість зросла у 320 разів, в 2018р – 32,88 млн чол. Слід зауважити, що в цій країні неперервно проводяться великомасштабні заходи із відпрацювання концепції інформаційної війни.

З початку століття ІТ активно використовувалися у веденні чотирьох війн і двох військових конфліктів. Серед них: «Друга арабо-ізраїльська війна в 2006 р., Сектор Газа в 2009 і 2012 р., у Грузії проти Південної Осетії в 2008 р., а також війна НАТО проти Лівії в 2011 р. та конфлікти в Сирії та Ірані» [132].

Під час другої арабо-ізраїльської війни, на двох фронтах – на північному і південному, Ізраїль досягав поставлених цілей, однак на третьому фронті – на інформаційному, він зазнав поразки. Ця війна стала другою війною ХХІ ст., у якій використовувалася зброя на нових фізичних принципах. Тут же відбулося поєднання бойової фази та інформаційної операції. Ізраїль, що завдав військової поразки своїм ворогам, програв інформаційну війну. В ізраїльській пресі інформація про розвиток подій у наземних боях ставала з кожним днем детальніше і прозоріше. Тому, виникла унікальна ситуація –коментарі до операцій, що ведуться, підведення підсумків після їхнього закінчення, а іноді й до їхнього початку, спочатку зробили засоби масової інформації (ЗМІ) власником фактора впливу, а потім перетворили пресу в інструмент контролю воєнних дій [47].

Третя інформаційна війна – війна у Грузії проти Південної Осетії в серпні 2008 р. Необхідно відзначити, що Росія програла цю інформаційну війну на всіх її етапах. Фактично, вона не могла виграти цю війну, оскільки системи інформаційних озброєнь були нерівні. Англomовний інформаційний простір набагато більше російськомовного, а аудиторія CNN непорівнянна з аудиторією російських телеканалів. Зіграв свою роль і людський фактор. Візуальний ряд, поданий необхідним чином, і відповідні йому за змістом тексти створювали в масовій західній свідомості правдиву антиросійську картину [47].

Позитивним бачиться те, що президент Грузії постійно виступав на фоні прапора ЄС і повідомляв про те, що «Росія здійснила агресію» не тільки проти грузинського народу, але й проти США, НАТО та ОБСЄ [132].

У збройних силах провідних країн світу ІБ трансформується в окремий інтегрований різновид стратегічного забезпечення операцій, який призначений для досягнення інформаційної переваги над ворогом через комплексне використання всіх компонентів за єдиним задумом і планом. На жаль, зараз у ЗСУ функціонує недостатньо ефективна система ведення інформаційної боротьби.

У основу розроблення концепцій та положень ІнфВ в більшості провідних країн покладено підходи організації та проведення інформаційних операцій ЗС США. Проблеми ІнфВ у США є в центрі уваги воєнного та політичного керівництва. Концепція «інформаційної війни» базується на тому, що інформація та інформаційні технології мають дуже важливе значення як для національної безпеки в цілому, так і для військових дій безпосередньо» [47]. За баченням американських воєнних експертів, «інформаційна війна складається з дій, що виконуються з метою досягнення інформаційної переваги в забезпеченні національної воєнної стратегії шляхом дії на інформацію та інформаційні системи противника із

одночасним зміцненням і захистом власної інформації, а також інформаційних систем і інфраструктури» [50].

Прикладна реалізація Концепції відбувається напрямом проведення інформаційних операцій (ІО), під якими розуміється «комплекс заходів, які організовуються за єдиним планом і задумом з метою здійснення впливу на інформацію і інформаційно-управляючі системи противника при одночасному захисті власної інформації і інформаційних систем» [62, с. 133]. Основні цілі і завдання ІО були сформульовані в директиві міністра оборони США «Інформаційна війна» (1992 р.) і розвинуті в директиві Об'єднаного комітету начальників штабів № 30-93 і «Польовому статуті ФМ 100-6 (інформаційні операції)».

У зазначених документах ідеї інформаційної боротьби трансформовано в концепцію «боротьби із системами управління», яка передбачала «Комплексне проведення по єдиному плану психологічних операцій, заходів щодо радіоелектронної боротьби і фізичного знищення пунктів управління і систем зв'язку з метою позбавлення противника інформації, виведення із ладу або знищення його систем управління». У документі «Єдина перспектива – 2020» визначено, що «головною відзнакою збройної боротьби в ХХІ ст. буде її перенесення в площину інформаційного протистояння, а досягнення інформаційного владарювання стане обов'язковою умовою перемоги над будь-яким неприятелем». Ведення ІнфВ відповідно до керівних документів США здійснюється на двох рівнях – державному і воєнному» [50].

Погляди німецьких фахівців на характер і способи ведення ІнфВ в цілому співпадають з прийнятими у США та Великобританії. Передбачається ведення наступальних і оборонних операцій ІнфВ для досягнення національних цілей. Характерною особливістю стала більш глибока систематизація даних. При визначенні загроз і можливих наслідків країни та

недержавні об'єднання розглядаються окремо, кримінальні угруповання виділені в окрему категорію.

На відміну від американських вчених, німецькі аналітики розглядають керування ЗМІ як дієвий елемент ІнфВ. Крім того, вони окремо розглядають економічну ІнфВ. У свою чергу, французькі експерти дотримуються концепції ІнфВ, що складається з двох визначальних компонентів – військового та економічного (цивільного) [50]. Військова складова передбачає обмежену роль інформаційних операцій, оскільки ІнфВ розглядається, головним чином, у контексті конфліктів малої інтенсивності або у миротворчих операціях. За такого підходу союзники не можуть бути потенційними ворогами.

Економічна концепція передбачає більш широкий діапазон застосування інформаційних операцій. Позиція французьких експертів відрізняється більш широким і більш глибоким вивченням конфліктів в економічній галузі. Їх підхід допускає, що союзник може одночасно бути об'єктом ІнфВ. Слід зауважити, що значна увага проблемам інформаційної боротьби приділяється й у Росії, що підтверджує виступ на зборах Академії військових наук (м. Москва) 28 січня 2012 р. начальника Генерального штабу ЗС РФ генерала армії М. Макарова та прийняття у грудні 2014 р. нової «Воєнної доктрини Російської Федерації» [91, с. 41].

Інформаційні операції на державному рівні повинні вирішувати завдання захисту національних інтересів США, попередження міжнародних конфліктів, припинення провокаційних і терористичних акцій, а також забезпечення безпеки національних інформаційних ресурсів. На воєнному рівні інформаційні операції є комплексом заходів, що проводяться в масштабах збройних сил країни, їх видів, об'єднаних командувань в зонах, і є складовою частиною воєнних операцій. Вони спрямовані на досягнення інформаційної переваги над ворогом і захист особистих систем управління [47].

Слід пригадати масові антиурядові заворушення та зіткнення в арабських країнах (2011 р.), тоді особливо гострий конфлікт відбувся в Сирії.

Революція в Сирії 2011 року та революція в Україні 2014 р. були спрямовані проти режимів Асада та В. Януковича. Сирійці та українці прагнули посісти гідне місце в сім'ї цивілізованих народів, одні серед країн арабської та ісламської цивілізації, інші в родині європейських народів, від яких вони багато років були примусово відірвані. Але в Москві не бажали рахуватися з правом народів Сирії та України на самовизначення. Росія хотіла будь-що втримати Сирію та Україну під своїм контролем. Спочатку проти сирійського, а потім проти українського народу розв'язали таємну безпрецедентну за підступністю та підлістю війну [130].

Всі методи та прийоми такої війни спочатку випробували в Сирії. Коли почалася революція, режим Росії почав допомагати режиму Асада, не гребуючи втручанням у внутрішні справи Сирії. Асаду присилали не тільки зброю та боєприпаси, але також і військових та найманців. У всіх штабах сирійської армії сиділи російські офіцери, які практично керували бойовими діями.

Сирійський народ зіштовхнувся з небаченими раніше брудними прийомами та методами ведення війни, що ґрунтувалися на порушенні міжнародних норм і правил, а також на порушенні правил війни в Ісламі. Під орудою росіян війська Асада, формування шаббіха та найманці використовували як живий щит мирне населення. Опорні пункти облаштовували в школах, мечетях, густонаселених районах, місцях масового скупчення людей. Цілеспрямовано проводилися масовані обстріли і бомбування жилих кварталів міст. Найбільш від цього постраждали міста Хомс, Дераа на півдні Сирії, передмістя Дамаску, особливо в Гуті. Потім до бомбувань та артобстрілів приєдналися обстріли балістичними ракетами СКАД. Кожна ракета несла близько тонни вибухівки. Не маючи

ефективних систем наведення, ракети наводились переважно на великі населені пункти.

В обстрілах мирного населення асадівська пропаганда звинувачувала виключно повстанців. Для ведення інформаційної війни в Сирію в 2011 р. прибув величезний десант російських пропагандистів. Там вони відпрацьовували свої методи брехні та дезінформації, які пізніше використали проти України.

Всі злочини режиму Асада чіплялися на повстанців. Якось по Дамаску та околицях прокотилася хвиля терактів. У місцях масового скупчення людей вибухали заміновані автомобілі, гинули десятки людей. Російські та проасадівські ЗМІ звинувачували повстанців. Але незабаром з'ясувалося, що теракти здійснювали асадівські спецслужби. Про деякі теракти асадівське ТБ повідомляло ще до самого теракту, журналісти з'являлися на місці вибухів миттєво.

Хоч офіційно російська армія в Сирії почала використовуватися тільки тепер, реально вона присутня там з 2011 р. Бомбування Сирії проводили також російські пілоти на літаках сирійських ВПС. Нинішнє відкрите втручання, на мою думку, продиктоване такими мотивами:

Після фіаско в Україні Росії була потрібна маленька переможна війна для підняття рейтингу.

- Не дозволити скинути режим Асада, що агонізує.
- Викликати нову хвилю біженців із Сирії і направити її в країни ЄС.

Для цього Кремль почав виганяти сирійських біженців, що вже живуть у Росії. Усі прийоми та методи прихованої гібридної війни спочатку випробували в Сирії, а потім застосували проти України.

Під час війни в районі Перської затоки інформаційне забезпечення бойових дій було контрольованим. Інтерв'ю давали лише спеціально відібрані військовослужбовці. Відомості про загиблих і поранених зводили до мінімуму. Була введена жорстка цензура на розповсюдження інформації

про хід бойових дій. Обмежено ефірний час, наданий противникам. Ефективність дезінформації в ЗМІ дала змогу приховати час початку операції.

Щодо агресії проти Югославії, то бойовим діям передувала потужна пропагандистська кампанія, яка передбачала формування серед населення західних країн «образу ворога» й забезпечення моральної підтримки агресії. Інформаційний вплив на населення виходив з одного офіційного джерела. У результаті американцям вдалося створити вигідне для себе інформаційно-психологічне середовище навколо війни в Югославії.

2.2 Розроблення проблематики інформаційної війни на пострадянському просторі

В наш час демонструються збільшені можливості інформаційного впливу на масову свідомість. Яскравим прикладом інформаційної війни можна назвати холодну війну СРСР – США, що привела до розпаду СРСР. З новіших інформаційних війн, як приклад, можна взяти інформаційну війну Росії з Україною.

В сучасних інформаційних війнах закладають використання відносно нових моделей ведення, так, у конфлікті України й Росії – модель віртуалізації. Сучасна інформаційна війна є стратегією цілеспрямованої дії для досягнення цілей, але зараз в Україні немає розуміння необхідності використати її як спосіб протистояння експанській діяльності країни-агресора.

Розробка порушеної проблематики є дуже складним та багатогранним питанням. Так, наприклад, треба врахувати, що інформаційна війна може бути спрямована як на населення супротивника, так і на власне населення, або населення держав усього світу, що оточують держави-конкуренти, які пов'язані із протистоянням. І все ж, основної уваги, з моєї точки зору, потребує дослідження тих чинників, які можуть впливати та впливають на ефективність та результативність інформаційного впливу на населення (як «чужої», так і «своєї» країни), масову свідомість та громадську думку різних груп цього населення.

Реально можна виділити чотири групи чинників, що визначають ефективність подібного впливу.

– По-перше, це суб'єкти інформаційних війн, інформаційного протиборства, в якості яких можуть виступати як безпосередньо держави, так і недержавні організації, міжнародні організації, медіа-корпорації та інші соціально-політичні організації і спільноти, що мають певні інтереси та цілі,

пов'язані із необхідністю впливати на населення, масову свідомість, громадську думку.

– По-друге, використовувані канали впливу, так звана зброя інформаційної війни, в якості якої можуть виступати Інтернет, засоби масової інформації, зокрема телебачення, та інші.

– По-третє, сам контент, зміст інформації, що транслюється у ході інформаційної війни.

– По-четверте, специфіка масової свідомості населення у тих чи інших країнах, формування та функціонування у них громадської думки.

З осені 2013 р. ведеться українсько-російська інформаційно-психологічна війна. «Щоб виправдати свої дії, країни конструюють собі ворога, бо саме наявність ворога робить війну справедливою, а не загарбницькою» і маніпулюють свідомістю громадян, стимулюючи їх до активних дій. В ЗМІ двох держав існує різна термінологія для донесення фактів, як-от: «зелені чоловічки», «колоради», «анексія Криму», «окупанти», «патріоти», «бандерівці», «правий сектор», «фашисти», «сепаратисти», «ополченці». В умовах інформаційно-психологічної війни ЗМІ передають велику кількість інформації, яку важко перевірити і окрема людина не в змозі оцінювати її достовірність, тому типовою реакцією стає взагалі повна відмова від перевірки.

Водночас, як справедливо констатує Г. Почепцов, «Росія і Україна, втягнувшись у війну, отримали патріотичний порив всередині своїх країн. Створено також серйозний дисбаланс думок, коли люди сперечаються, незважаючи ні на родинні, ні на колегіальні зв'язки» [114].

Питання інформаційної війни для будь-якого населення є дуже важливим. В умовах зростання впливу на населення з боку ЗМІ підвищується загроза негативного впливу на населення. Моделі, які застосовує інформаційна війна, все частіше переплітаються між собою, що ускладнює змогу населення зрозуміти де правда, а де ні. І, якщо в минулі часи

інформаційна війна виступала як допоміжний механізм реальної війни, то в сучасному світі вона може бути як самостійна стратегія впливу на масову свідомість та громадську думку [135].

Дослідження специфіки інформаційної війни між Росією та Україною є складним, трудомістким і відносно новим процесом. Інформаційні війни в сучасному світі стали з'являтися зі зростанням інформаційних можливостей впливу на людину й нашої можливості їх сприймати.

Те, як «працює» інформаційна війна, залежить від того, яку модель впливу вона використовує. Системні дослідження українського вченого Г. Г. Почепцова та деяких інших, вказують на такі моделі інформаційної війни: модель масової демонстрації; модель пропагандистської комунікації; модель дезінформаційної кампанії; модель кампанії нейтралізації; модель масової комунікації; семіотична модель; модель резонансного впливу [116].

Забезпечення комплексної безпеки суспільства вимагає брати до уваги ігрову основу комплексного характеру інформаційної війни. Комплексний характер інформаційної війни в сучасному суспільстві знання з його інформаційно-комунікативними технологіями, органічно пов'язаний з комп'ютерним моделюванням цілеспрямованих процесів і цілеспрямованих систем.

Перед нами якісно нове явище: метагра світової політики, яка змінює правила гри в світі, тоді як колишня світова політика застосовувала встановлені правила гри.

У свою чергу, концепція інформаційної війни передбачає проведення інформаційних операцій – комплексу взаємопов'язаних за метою, місцем і часом заходів і акцій, спрямованих на ініціалізацію і управління процесами маніпулювання інформацією, з метою досягнення і утримання інформаційної переваги шляхом впливу на інформаційні процеси в інформаційних системах супротивника [116, с. 103]. В ході інформаційних операцій використовуються різні засоби протидії: отримання інформації про супротивника як в

результаті аналізу відкритої інформації, що циркулює в ЗМІ, друку, інформаційних системах, так і в результаті її перехоплення, несанкціонованого доступу з наступним спотворенням, знищенням, «перекодуванням» з метою формування оцінки, наміри і орієнтацій населення та осіб, що приймають рішення; придушення елементів інфраструктури державного і військового управління; радіоелектронна боротьба і тощо.

Методи інформаційної війни надзвичайно різноманітні: дезінформація, пропаганда, наклеп, брехня, приховування суттєвої інформації, зміщення понять, відволікання уваги, інформаційне табу та інше.

В інформаційному світі людина, суспільство і держава можуть розглядатися як інформаційні самонавчальні системи [23, с. 7] і завдання противника – ефективно перепрограмування, перекодування останніх з попереднім доведенням їх у стан хаосу, шляхом руйнування «ядерної» інформації. Тому основною проблемою інформаційної війни стає захист (зі) знання. Людина, суспільство, держава стають учасниками інформаційних воєн, які пов'язані із загрозами, збитками, ризиками. Від їх нейтралізації (або хоча б мінімізації) залежить перемога або поразка.

Агресивне інформаційне середовище вимагає від будь-якої системи адаптивності, самоорганізації, прогностичної сили, здатної прораховувати і враховувати наслідки прийнятих рішень і дії випадкових чинників. У цих умовах особливу увагу слід приділяти засобам масової інформації і комунікації, які закріплюють певні цінності і надають ідеологічного, політичного і організаційного впливу на оцінки, думки і поведінку людей.

Так, Державною програмою реформування та розвитку Збройних сил України передбачено створення мобільних, багатофункціональних, збалансованих, оптимальних за чисельністю, добре озброєних та професійно підготовлених і водночас не занадто обтяжливих для держави Збройних сил. Очевидно, таку стратегічну мету, що відповідає вимогам сучасної воєнно-

економічної стратегії, доцільно поширити на всю військову організацію України, для якої теж має бути спеціальна Державна комплексна програма. Це дало б можливість підвищити воєнно-економічний ефект бригадно-батальйонної структури не тільки для Збройних сил, а й через подібні аналоги і в інших військових формуваннях (сумарний бойовий потенціал і воєнно-економічний ефект трьох механізованих - танкових бригад загальною чисельністю 10-12 тис. чоловік перевищує в 1,3-1,5 разів потенціал дивізії чисельністю понад 12 тис. чоловік). Це стосується і оптимізації структури управління не лише в військовій організації, а й у воєнно-промисловому, науково-технічному комплексі оборонного призначення, де внаслідок чисельних реформувань, управління ними не поліпшилося, а стало значно складнішим.

Подальше нехтування цією не тільки соціально-політичною, а й воєнно-економічною проблемою може перетворити воєнну сферу із стабілізуючого фактора в державі на дестабілізуючу, руйнівну силу.

Не менш складним і ресурсоємним є забезпечення боєздатності держави через достатнє оснащення озброєнням і військовою технікою. Але й для цього необхідно вирішити проблеми нижчого рівня.

Воєнно-технічні проблеми, пов'язані з забезпеченням боєготовності Збройних сил, в сучасних умовах, коли оборонне замовлення за браком коштів не відповідає потребам військової організації держави, можуть вирішуватися трьома основними шляхами: впровадженням прогресивних, малозатратних методів, технічного обслуговування та зберігання озброєння і військової техніки, проведенням своєчасного ремонту існуючого озброєння і військової техніки та її комплексної глибинної модернізації (на жаль, і для цього не вистачає фінансування).

У зв'язку з цим сучасна воєнно-економічна стратегія України пропонує звернути увагу на ремонт і модернізацію озброєння (якщо це економічно доцільно і значно підвищує на одиницю витрат бойовий ефект застосування

озброєння). Підвищення бойового ефекту застосування зброї створює можливість для скорочення чисельності військових контингентів (ефект другого рівня). Поряд з цим необхідно здійснювати науково-технічні дослідження за перспективними зразками і системами озброєння та військової техніки на базі технологій XXI століття, щоб не допустити подальшого відриву наукових досліджень і конструктивних розробок від світових досягнень і зберегти науково-технічний комплекс оборонного призначення. Як відомо, життєвий цикл сучасного озброєння і військової техніки від зародження науково-технічної ідеї через конструювання, виготовлення дослідного зразка і його випробування, серійне виготовлення, експлуатацію в мирних умовах, ремонт, модернізацію до утилізації становить у середньому 15-20 років.

Враховуючи сучасний незадовільний стан фінансування Збройних сил України, компенсатором завантаження можливостей науково-технічного комплексу оборонного призначення і виробничих потужностей воєнно-промислового комплексу та їх мобілізаційної готовності є розробка та виготовлення оборонної продукції і послуг на експорт. Слід пам'ятати, що ефективність їх експорту становить у середньому від 1:5 до 1:8 і навіть більше, залежно від зразка озброєння та умов його виготовлення і експорту. Деякі країни це широко використовують. У Чехії останніми роками до 70% виготовленого озброєння і військової техніки спрямовувалося на експорт.

На даний час здається, що це єдиний стратегічний напрям у розвитку воєнної галузі України, який може не тільки зберегти від подальшої руйнації вітчизняний науково-технічний комплекс оборонного призначення, і воєнно-промисловий комплекс [71], а й підтримати перспективні напрями розвитку науково-технічних і виробничо-технологічних можливостей найсучасніших галузей економіки нашої держави.

Певної уваги серед різноманітних заходів сучасної воєнно-економічної стратегії України заслуговує підхід до способів входження воєнної сфери,

зокрема військової організації, в ринкові відносини. Адже неможливо розглядати вихід військової організації, насамперед Збройних сил, з кризи і подальший їх розвиток поза ринковими відносинами, що існують у державі. Те, що Збройні сили України - це не приватна організація, а державна структура, не означає, що вона не враховує необхідність використання ринкових механізмів не лише у відносинах з діючим у державі ринковим середовищем, а й у своїй господарській діяльності. Безумовно, впровадження в цій діяльності ринкових механізмів має враховувати те, що основною функцією Збройних сил є державний захист батьківщини, а не торгівля і підприємництво.

Воєнно-економічна стратегія полягає не лише в тому, щоб «використовуючи внутрішні можливості для позабюджетного надходження економічних ресурсів, пом'якшити удари кризи по боєздатності і мобілізаційній готовності Збройних сил. Особливо важливим є впровадження у свідомість керівних військових кадрів воєнно-економічного мислення як стратегічного масштабу, так і в тактичному вимірі, господарського ставлення до використання тих воєнно-економічних ресурсів, які держава спрямовує для забезпечення її обороноздатності» [78].

Визначення переліку і змісту таких функцій є питанням стратегічним і, так би мовити, «доленосним». Готовність держави до ведення бойових дій (АТО, ООС) при максимальній напруженості сил (матеріальних і духовних) визначається рівнем обороноздатності (військової могутності) країни.

Військова могутність є сукупністю потенціалів - військового, воєнно-економічного, інформаційно-ідеологічного, науково-технічного, соціально-освітнього і морально-політичного. Безпосереднім втіленням такої могутності є військова організація, а це, перед усім, ЗС. Їх бойова могутність (укомплектованість сучасним озброєнням та військовою технікою, навченість особового складу та ін.) залежить, від особливостей розвитку продуктивних

сил і виробничих відносин, стану освіти і науки, політичної системи і пануючої національної ідеології, кадрового потенціалу.

Взаємовплив війни та економіки держави об'єктивно потребує підвищення ролі ресурсного забезпечення військ, зміцнення обороноздатності держави в цілому і, особливо, створення умов для ефективної реалізації її воєнно-економічного потенціалу. Важливо розуміти існування в суспільстві двох інституціональних ділянок: цивільної і військової, які тісно взаємопов'язані між собою подвійністю свого призначення.

Так, заходи, щодо нарощування бойових можливостей, оснащення модернізованими та сучасними зразками озброєння, бойовою технікою, забезпечення іншим матеріально-технічним майном, покращення навчально-матеріальної бази, а також забезпечення особового складу встановленими видами постачання безпосередньо залежать від економічної спроможності держави. Частина вироблених підприємствами цивільної промисловості товарів і послуг, відповідно до особливостей взаємозв'язку між обороною та економікою, спрямовується на забезпечення потреб оборони.

Мобілізація ресурсів, необхідних для відсічі агресії, потребує знаходити додаткові резерви та розподіляти їх відповідно до напрямків пріоритетних заходів, перетворювати воєнно-економічні можливості в реальну військову могутність для забезпечення обороноздатності держави. Ефективність такої діяльності досягається через визначення найбільш «оптимальної» економічної стратегії та проведення відповідно до неї цілеспрямованої національної економічної політики (прописування зрозумілих механізмів її впровадження – щоб вона не залишилася декларативною, формальною), зокрема, структурно-галузевої, інвестиційної, інноваційної, зовнішньоекономічної тощо.

Взаємовплив війни та економіки держави об'єктивно потребує підвищення ролі ресурсного забезпечення військ, зміцнення

обороздатності держави в цілому і, особливо, створення умов для ефективної реалізації її воєнно-економічного потенціалу. Важливо розуміти існування в суспільстві двох інституціональних галузей: цивільної і військової, які тісно взаємопов'язані між собою подвійністю свого призначення. Так, заходи, щодо нарощення мобілізаційних та бойових спроможностей, оснащення модернізованими та сучасними зразками озброєння, бойовою технікою, забезпечення іншим матеріально-технічним майном, покращення навчально-матеріальної бази, а також забезпечення особового складу встановленими видами постачання безпосередньо залежать від економічних можливостей держави.

Частина вироблених підприємствами цивільної промисловості товарів і послуг, відповідно до особливостей взаємозв'язку між обороною та економікою, спрямовується на забезпечення потреб оборони. Мобілізація ресурсів, необхідних для відсічі агресії, потребує знаходити додаткові резерви та розподіляти їх відповідно до напрямів пріоритетних заходів, перетворювати воєнно-економічні можливості в реальну військову могутність для забезпечення обороноздатності держави.

Багато політиків й публіцистів інтерпретують зміни, викликані інформаційною війною як «завершення формування української політичної нації», «консолідацію української громадянської ідентичності» та «остаточне прощання з імперією».

У той же час «військова інтервенція РФ до Криму призвела до повної окупації території Автономної Республіки Крим, захоплення на ній адміністративних установ та стратегічних об'єктів, українських військових частин та прикордонних застав з наступною вимушеною евакуацією їх особового складу, заволодіння їх майном та об'єктами інфраструктури. «Самопроголошений маріонетковий «уряд» зімітував проведення референдуму щодо самовизначення Криму, грубо порушивши при цьому Конституцію України, Конституцію АРК, закони України та загальновизнані

міжнародні правові норми, права і свободи громадян України, що проживають на території АРК. Незважаючи на те, що заздалегідь сплановані та сфальсифіковані результати кримського референдуму невизнані переважною більшістю держав світу – членами ООН та авторитетними міжнародними організаціями, президент РФ, Державна Дума РФ, російський уряд поспішно визнали його результати та прийняли рішення про перетворення Криму й Севастополю в суб'єкти Російської Федерації» [45].

За даними опитування російської недержавної дослідницької організації Левада-Центр, 58% російських громадян, тою чи іншою мірою, підтримували введення російських військ на територію Криму та в інші регіони України, 43% респондентів (відносна більшість опитаних) переконані, що «росіянам в Україні реально загрожують націоналісти і бандити, і тільки російські війська можуть захистити їх від загрози насильства». Водночас, за даними соціологічного опитування Фонду «Громадська думка», анексія Криму збільшила рейтинг президента Росії В. Путіна на 20 %: від 44 % опитаних на початку лютого до 64% респондентів у кінці березня [30]. За висновком російських соціологів, «безпрецедентна за весь пострадянський час, кампанія пропаганди і дезінформації дала потужний ефект і масове схвалення політики Путіна щодо України» [36].

Кожна інформаційна війна має свої наслідки – за час ведення інформаційної війни в Україні спостерігається:

1) збільшення еміграції населення (за даними державної служби статистики України на момент початку революції в країні у 2013 р. еміграція населення склала 22,187 осіб, в той час як на момент кінця 2015 р. еміграція населення складає 372,156 осіб [80];

2) втрата частини території (анексія Криму, окупація частини Донецької і Луганської областей);

3) спад промислового виробництва.

Якщо у звичайній війні бажаний результат отримується через залякування і руйнування, то в ІнфВ все здійснюється, здебільшого, через маніпуляцію свідомістю і громадською думкою.

Слід зазначити, що сили в інформаційній війні Росії й України були нерівними. Так, населення Росії основну інформацію отримує з федеральних каналів, контрольованих державою, українці ж часто отримують інформацію з телевізійних каналів, які напряду контролюють олігархи. Тобто довіра до телевізійних ЗМІ в Україні значно нижча, ніж у Росії. За роки незалежності в Україні не було побудовано системи інформаційного захисту, що значно ускладнило завдання інформаційного протистояння.

У цій війні ЗМІ часто зайняті не об'єктивним інформуванням населення, а збиранням фактів, які підтверджують ту чи іншу думку [135]. Специфікою інформаційної війни між Україною та Росією можна назвати таке:

- була створена теорія керованого хаосу;
- інформація почала створювати певну реальність, і чим інтенсивніше вона створювалася, тим більше шансів мала на успіх;
- трансформація цінностей, зокрема масова свідомість українців почала відокремлюватися від радянських традицій (наприклад, відміна святкування 23 лютого, перейменування ВДВ у ДШВ, відмова від блакитних беретів);
- спільна історія України й Росії стала ареною для бою (наприклад: поливання брудом нашої Перемоги, військової слави тощо).

Варто також визнати, що Росія вже давно зафіксувала у своїх новинах Україну, як і ряд інших пострадянських республік, як приклад країн, які стоять далеко позаду. Таким чином, нова комунікативно-пропагандистська кампанія стала продовженням того, що говорилося завжди, а не чимось новим. Відповідно, це значно полегшило вибудовування пропагандистських комунікацій [135].

Дослідження специфіки ІнфВ між Росією та Україною є досить складним процесом. Адже до своїх власних тенденцій, що призводять до хаосу, Росія в іншікраїни додає ще й інформаційні впливання. До речі, це повністю відповідає і російському розумінню рефлексивного управління, яке є основою російського підходу до інформаційних війн. Часто його називають управлінням противником, тобто, в першу чергу, це управління сприйняттям, коли не так важливий факт, як його інтерпретація.

Так можна виокремити три характеристики російського варіанту гібридної війни:

- мінімізація використання традиційних військових сил;
- постійне здійснення нетрадиційного розподілу на війну і мир;
- центрування на громадськості.

Зазначена ситуація ІнфВ – «ні війни, ні миру» вже протягом довгого часу не дає можливості відповідно реагувати на ситуацію, що може розвиватись, начебто, в випадковому режимі.

Якщо у звичайній війні отримують очікуваний результат через залякування і руйнування, то в ІнфВ все здійснюється через маніпуляцію свідомістю і публічною думкою. Для того, щоб уточнити наскільки серйозною є ця проблема для держави, доцільно перекласти увагу на механізми впливу інформаційного потоку на громадськість.

2.3 Сучасна інформаційна війна як четверта світова війна

Зауважимо, що США велику увагу приділяє інформаційній безпеці. Найбільш впливовим осередком у галузі військових інформаційних технологій вважається американська корпорація «Ренд» (RAND). Саме цей інститут почав розглядати можливість панування США у сфері інформаційного протиборства, а також створення елітарного клубу держав, що домінують у цій сфері [2].

Адже уряд США всякчас вважав, що значно вигідніше вкладати гроші в розвиток інформаційного простору, ніж у бойову зброю. Оскільки ймовірність використання зброї в сучасному світі мінімальна, а інформаційний вплив триває неперервно.

В кінці 90-х експерти аналітичного центру RAND адміністрації США Дж. Аркілла і Д. Ронфельд висвітлили проблеми інформаційної стратегії, кібервійни, мережевої війни і війни інформаційної. На їхню думку, слід було об'єднати існуючі поняття кіберпростору та інформаційної сфери як сукупності кіберпростору і засобів масової інформації в єдину «ноосферу» – нову, засновану на ідеях, духовних цінностях, етиці, епістемологічній парадигмі, в якій на зміну традиційній політиці «грубої» сили з її акцентом на матеріальну складову протиборства приходить нова, заснована на «м'якій силі». Сучасній «ноовійні» як війні смислів, знань відповідає і спеціальний термін для нової формується політики – «ноополітика» [4].

Нині, коли мова йде про Четверту світову війну, змінюється і стратегічна мета наступальних інформаційних дій, зміщується «з активного впливу на автоматичні системи і засоби озброєнь, на особистість, тобто людину, яка приймає рішення» [12, с. 22]. Метою інформаційної війни стає епістемологія противника, тобто ідеї, наративи, знання [25].

Досягнення інформаційної переваги над противником передбачає більш глибоке усвідомлення й оцінювання ситуації в площині зіткнення, уточнення особистих переваг і ганджів ворога, здатність їх задіяти у особистих цілях, випереджальне прийняття й оперативне виконання рішень та неперервний контроль їх реалізації.

Здійснення інформаційної переваги, на думку американських фахівців, може бути досягнутим за дотримання наступних умов:

- створення структур збройних сил (їх складу та структури), адаптованих до умов ведення мережецентричної війни, включаючи розробку науково обґрунтованих теорій їх застосування, ретельно

апробованих у процесі підготовки військових, воєнних статутів і інструкцій;

- присутність особового складу, що має належну освіту, технічно-тактичну підготовку а також практичний досвід;
- наявність інформаційно-технічних засобів для збору, створення та передавання інформації, її колективного використання [47].

Це передбачає оснащення військ спеціалізованою комп'ютерною технікою, системами збору, опрацьовування та передавання інформації, включаючи ІКТ-засоби відтворення інформації, спрямованої на різних користувачів, а також розроблення спеціалізованого програмного забезпечення; створення технологічних умов самосинхронізації дій військ, що передбачає забезпечення доцільної взаємодії в ході бойових дій. Перед ЗС вперше поставлено завдання здійснення впливу на ворога до початку активних бойових дій з ціллю забезпечення вигідної для США спрямованості процесів управління і прийняття рішень ворогом.

На думку командування ЗС США, інформаційні операції включають психологічні операції, радіоелектронну боротьбу, боротьбу із системами управління, спеціальні інформаційно-комунікативні операції. Зазначені операції проводяться на всіх рівнях воєнних дій – стратегічному, оперативному і тактичному та поділяються на наступальні та оборонні [50]. Подальше доповнення, цілей і завдань інформаційної боротьби в інтересах забезпечення переваги в інформаційній ділянці було реалізовано у доктрині «Інформаційні операції» (2006 р.). В цьому документі викладені погляди воєнного керівництва на їх підготовку і проведення, уточнені цілі, завдання та основні принципи інформаційного протиборства.

У документі під «інформаційною операцією» розуміється «комплекс заходів із впливу на людські та матеріальні ресурси ворога з метою ускладнення та неможливості прийняття правильного рішення з одночасним захистом власних інформаційно-комунікаційних мереж та комп'ютерних

систем. Вказана доктрина спільно із документами JP 6-0 «Сумісні системи комунікації», JP 3-0 «Сумісні операції», JP 3-13.1 «Електронне протиборство» створюють ядро військово-правової основи ведення інформаційної війни» [133].

Воєнно-політичне керівництво Великобританії також приділяє конститутивну увагу проблемам ІБ – ними займається Департамент урядових комунікацій (The Government Communications Head-quarters). Розуміння британських військових аналітиків про ІБ є аналогічним американському – ІБ визначається як впливова дія на інформаційні системи ворога при одночасному захисті власних [50, с. 59].

Під інформаційною боротьбою у Великобританії розуміється «цілеспрямована реалізація комплексу заходів щодо дезорганізації і встановлення контролю над системою державного і воєнного управління противника шляхом інформаційно-технічного і інформаційно-психологічного впливу на його інформаційні ресурси, на суспільну і індивідуальну свідомість, підсвідомість населення і особового складу збройних сил (особливо на осіб, що ухвалюють найбільш важливі рішення у галузі управління), а також забезпечення ІБ» [59].

Її головною метою означено забезпечення ІБ від ворога та ефективне використання інформації для досягнення перемоги в збройному конфлікті, а також для забезпечення національних інтересів. При цьому інформаційна перевага повинна досягатися через включення інформаційних ресурсів державних інститутів.

Діяльність воєнних структур у межах ІБ визначається Концепцією «Боротьба із системами управління». Ключовими частинами якої є протидія розвідці супротивника і забезпечення безпеки дій військ, введення противника в оману, психологічні операції, радіоелектронна боротьба, фізичне знищення ворога [59].

Проблемами здійснення інформаційних операцій займається група координації воєнних інформаційних операцій, підпорядкована міністру оборони. Стратегічне планування проведення інформаційних дій здійснюється Об'єднаним оперативним штабом і Штабом об'єднаного угруповання військ [59]. У Німеччині було створено «Центр безпеки інформаційної техніки», який активно функціонує із штатом у 500 співробітників та річним бюджетом 50 млн. євро [50].

Необхідно відзначити, що свого часу головний інформаційний ворог України – Росія своєю провідною особливістю Воєнної доктрини Російської Федерації (2014) визначила місця ІнфВ в домінуючих позиціях сучасного військового протистояння. Ця держава визнала, що інформація – це зброя, застосуванням якої можна досягти перемоги. Поряд із традиційними методами ведення боротьби та засобами ураження, інформаційна зброя зайняла чільні позиції у російського керівництва. Ця держава включила інформаційну складову до переліку основних загроз НБ.

У останні часи змінюється і стратегічна мета наступальних інформаційних дій, зміщується «з активного впливу на автоматичні системи і засоби озброєнь, на особистість, тобто людини, яка приймає рішення» [51, с. 22].

Метою сучасної нової інформаційної війни стає епістемологія противника, тобто ідеї, наративи, знання [25].

Таким чином, інформаційна війна стає «самим інтелектуальним варіантом військового протистояння, оскільки і суб'єкт, і об'єкт впливу тут є людський розум. Якщо звичайна війна націлена на тіло людини, то інформаційна або смислова - на його розум » [112, с. 6]. Інформаційний компонент соціосистеми надзвичайно вразливий і важливий, оскільки інформація - це не тільки «передане», а й те, що представляє «інформаційне ядро» будь-якої системи, те, що змінює індивідуальну і масову свідомість, призводить до зміни останньої або її трансформацію.

Саме тому в постіндустріальному медійному світі держави зацікавлені в створенні і захисті вигідного особистого інформаційного середовища. Інформаційна війна, як Четверта світова війна, є тотальною в тому сенсі, що дійсно є війною не армій, а націй, вимагає мобілізації всіх ресурсів держави, ведеться в глобальному інформаційному просторі і використовує самі руйнівні види зброї – слово і інформацію.

Крім того, інформаційна війна, як Четверта світова війна, є універсальною, оскільки:

- по-перше, вона може здійснюватися на усіх поприщах суспільного життя – економічному, політичному, соціальному, військовому, духовному;
- по-друге, вона є самодостатньою і може як відбуватися без традиційних засобів і способів збройної боротьби, так і поєднуватися з іншими видами бойових дій.

Актуалізація досить широкого спектра проблем інформаційної війни, як Четвертої світової, обумовлена тим, що в контексті глобалізації поняття «інформаційної війни» сконцентрувало в собі такі вироблені в ході історії людства явища, як пропаганда, протидія пропаганді, методи дезінформації, психологічна війна, і воно виявилось адекватним процесом інформатизації товариств Заходу, Сходу і Росії.

Зараз інформаційна війна як соціальне явище отримала відносно автономний статус, чия значимість зростає у зв'язку з подальшим розвитком «інтелектуальної економіки», з виникненням нових стилів життя (нової цивілізації).

Становлення нової цивілізації в глобальному масштабі, параметри якої визначаються інформаційно-комунікативною революцією з її комп'ютерними і цифровими складовими і основою якої є інформація як стратегічного ресурсу і глобальної цінності, актуалізує проблему інформаційної безпеки країн.

У своїй сукупності ці соціальні процеси привели до трансформації світової системи, вплинули, практично, на всі галузі діяльності західних, східних і російського соціумів. Це, в свою чергу, сприяло виходу даних соціумів на якісно інший рівень розвитку, де головну роль стали виконувати:

- по-перше, електронні та інформаційні технології, які набули широкого поширення;
- по-друге, інформаційні і комп'ютерні мережі та всесвітня павутина Інтернет;
- по-третє, інформаційні ресурси та інформаційні потоки.

У багатьох країнах сучасного світу, навіть менш розвинених в науковому і технологічному відношенні, йде становлення і розвиток інформаційної галузі, без якої тепер просто неможливе саме їх існування. Завдяки інформаційній галузі, яка проникла майже у всі ділянки життєдіяльності сучасного суспільства, відкривається широкий спектр можливостей подальшого зростання економіки, розвитку соціальної та культурної галузей.

Одночасно з цим значно зростають інформаційні виклики і загрози, які вимагають забезпечення інформаційної безпеки суспільства, держави і особистості. Широке впровадження мережевих ІТ, відкритих комп'ютерних мереж і загальнодоступних телекомунікаційних каналів зв'язку призводить до значної актуалізації проблеми інформаційного протиборства, або інформаційної війни.

Формування суспільної свідомості за допомогою суб'єктів інформаційної війни з використанням методів психологічного впливу стає найбільш ефективним способом контролю і маніпуляції як всередині держави, так і за її межами. Все залежить від того, хто фактично визначає інформаційний контент. Таким чином, ставлення до ІнфВ багато в чому визначається тим, хто контролює комунікаційний простір.

Бойові дії в інформаційній війні розвиваються в інформаційному просторі в:

- технічній – галузі створення, обробки і накопичення інформації;
- психологічній – галузі знання, свідомості і мислення противника.

Оскільки інформація – необхідний елемент, що забезпечує функціональність будь-якої системи, необхідність знищення інфраструктури, живої сили, техніки супротивника в інформаційній війні не є пріоритетною. Об'єктом є інформація, що зберігається або циркулює в різних системах супротивника - керуючих, розвідувальних, бойових і тощо, а також свідомість як військовослужбовців, так і цивільного населення.

По спрямованості інформаційних впливів можливе виділення двох основних видів інформаційної війни [51, 96]:

- інформаційно-психологічного;
- інформаційно-технічного з використанням відповідного виду зброї.

Виділені види інформаційної війни мають на увазі організацію двох груп заходів.

1. Перша пов'язана з консцієнтальним характером інформаційної війни і має на меті вплив на системи формування громадської думки і прийняття управлінських рішень, а також свідомість військовослужбовців і цивільне населення для його «перепрограмування».

2. Друга орієнтована на поразку інформації та інформаційно-керуючих систем противника. Засоби, що використовуються при реалізації цих заходів різноманітні: психологічні операції з метою впливу на політичне та військове керівництво, військовослужбовців, а також цивільне населення противника; дезінформація і тощо в першому, радіоелектронна війна, фізичне знищення елементів інформаційних систем противника, інформаційна атака і тощо в другому.

Основною загрозою технології ІнфВ спеціалісти визначають те, що «країною-ціллю», найчастіше, негативний вплив усвідомлюється досить

пізно, що, відповідно, передає значну перевагу тому, хто першим завдав удару. Окрім того, вагомим компонентом інформаційного антагонізму є введення в обман командування супротивної сторони.

Отже, у ХХІ столітті фахівці у галузі інформаційного протиборства зорієнтовані, перш за все, на створення фальшивої реальності. Як результат, у комунікаційному протистоянні перемагає не та сторона, яка сповіщає істину, а та, яка спромоглася продемонструвати спостерігачам більш захоплюючий «інформаційний серіал» [78].

Нині метою інформаційної війни, як Четвертої світової, є послаблення різногалузевих сил супротивника та зміцнення особистих. Основний метод реалізації – це маніпуляція масовою свідомістю, за рахунок внесення в соціальне середовище антагоністичних, небезпечних ідей та поглядів; нівелювання істинних переконань; дезорієнтації та дезінформації громадян; залякування народу образом ворога, а супротивника – своєю могутністю тощо. На наш погляд, слід визначити особливості притаманні ІнфВ, які вирізняють їх серед інших форм протиборства, та комунікаційних процесів у галузі обміну та передавання інформації.

По-перше, предметом впливу в ІнфВ є **масова свідомість супротивника** – в процесі її реалізації враховуються групові особливості великих груп людей та видові ознаки людської свідомості. Відповідно, цільову інформаційну дію на окремих громадян або незначне коло громадськості ІнфВ назвати не можна.

По-друге, у ІнфВ предмету впливу передаються чужі для нього цілі та бажання, досягнення яких найчастіше зумовлює шкоду йому самому.

По-третє, ІнфВ характеризується нав'язуванням та спотворенням фактів, підсиленням їх емоційного сприйняття та наданням так, щоб викликати нерівнозначну реальності поведінку супротивника [80, с. 183].

До основних ознак, що характерні для прихованої маніпуляції, слід віднести емоційність, сенсаційність, терміновість та багаторазове повторення

повідомлення, руйнування цілісної фактологічної системи, виділення з контексту деяких фактів, перевага джерела повідомлень, мікшування інформації та думок, експлуатацію статусів та авторитету, активізацію стереотипів тощо [80, с. 184].

Головна новинка інформаційної війни полягає в тому, що вона працювала з віртуальними об'єктами, не було очевидної реальності в пропагандистських повідомленнях (наприклад, «Новоросія» ніколи не була реальною). Масова свідомість часто не розрізняє реальне й віртуальне, тому російське населення дуже часто вірило в надану картину світу, яку показували з російських телеекранів. Частина українських громадян теж «побачила» у штучно створеному проекті «Новоросія» реальність свого подальшого розвитку. У результаті виникли штучні утворювання в образі «ЛНР» та «ДНР».

Проте життєздатної моделі розвитку їх існування не було. Бо платформою створення так званих «республік» була пропаганда інформаційної війни. Нічого іншого ці проекти не мали, окрім розбалансування внутрішньої ситуації в країні, створення соціального напруження.

Тому для виявлення специфіки інформаційної війни необхідно з'ясувати її концептуально-методологічні основи. Однією з них в сучасному світі є концептуальний каркас співвідношення війни і миру, згідно з яким «війна – це масштабний конфлікт із застосуванням насильства між організованими групами, які є урядами або прагнуть до заснування урядів.

Аналіз дефініції війни в її співвідношенні з поняттям «світ» показує, що бурхливий розвиток сучасного суспільства, яке в соціологічній літературі кваліфікується як «інформаційне суспільство», або «суспільство знання», вимагає деякого коригування. Це пов'язано з виникненням нової системи виробництва багатства в рамках суспільства знання.

Відповідно до цього відбувається і поява доктрини нової, інформаційної війни, заснованої на стратегії знання. Сучасна війна, заснована на стратегії знання, передбачає використання нових інформаційних технологій (комп'ютерів і мереж передачі даних). В сучасній війні стала домінувати інформаційна складова, яка продовжує збільшуватися. Війна тепер ведеться не тільки в звичайних чотирьох сферах - земля, океан, повітря і космос, - але і в п'ятій, інформаційній галузі.

Розглянемо «сирну» та «цукеркову» війни між Україною і Росією. «Сирна війна» (лютий, 2012 р.) розпочалася, коли Росспоживнагляд заборонив ввезення сирів з України – ЗМІ довели до населення Росії інформація про те, що в сирах українського виробництва нібито використовувалася пальмова олія. Не забезпечивши цих підозр підтвердженнями, Росспоживнагляд висунув додаткові претензії – до технологій виробництва. Хоча звинувачення були опротестовані, за даними Національної асоціації молочників «Укрмолпром», в 2012 р. виробництво твердих сирів знизилося на 7,6 % [61].

У результаті такої інформаційної атаки Україна зазнала чималих втрат: по-перше, близько 6000 осіб залишилися без роботи; по-друге, 120 т української продукції було затримано на кордоні, 35 т. сиру – вилучено з продажів; по-третє, український бюджет недоотримав 15 млн. грн; по-четверте, було завдано шкоди іміджу продукції підприємств України [61].

Заборона Російською санітарною службою постачання продукції компанії «Roshen» стала початком «цукеркової війни». Аргументом ЗМІ стала інформація про те що у молочному шоколаді цієї фірми, нібито, виявлено бензопірен. У результаті ІБ було скорочено випуск продукції чотирьох кондитерських фабрик «Roshen», що призвело до звільнення великої кількості фахівців.

Слід зазначити, що ІнфВ періодично ведуться в різних країнах світу та передують реальним військовим діям. Наприклад, російсько-грузинська

війна в інформаційному полі розпочалася досить задовго до початку реальної війни в Південній Осетії і мала політичну основу.

На самоідентифікацію громадян та їхні ціннісні орієнтації, в цілому на українське суспільство досить сильно вплинули Революція гідності та агресія Росії, неоголошена «гібридна» війна – АТО, ООС. Такі зміни досить є помітними як на дискурсивному, так і поведінковому рівні.

Керівництво Росії може почати війну будь-де, де є дефіцит безпеки. У результаті спроб практичної реалізації сепаратизму на території України в Криму, півострів перетвориться на ізольовану від світу територію.

«Необхідно просто почати застосовувати норму чинного законодавства, за якою Національна рада з питань телебачення і радіомовлення має повне право своїм рішенням припиняти трансляцію на території України тих ЗМІ, діяльність яких підриває територіальну цілісність України, розпалює міжнаціональну, міжрелігійну та міжрегіональну ворожнечу, підриває безпеку громадян» [102]

Результати системних досліджень дають змогу краще зрозуміти сутність та природу ІнфВ, які Г. Г. Почепцов розподіляє на моделі (Рис.2.1):

1. Модель масової демонстрації – початок цієї моделі закладено в масових заворушеннях громадян з якої-небудь причини, пізніше все переростає в безлади, які закінчуються поваленням існуючої влади.

2. Модель пропагандистської комунікації – у цій моделі Л. Войтасик виділяє три основні кроки розвитку [135, с. 57]:

- переорієнтація громадської думки шляхом введення нової шкали цінностей;
- економічна дезінформація;
- поширення споживчих моделей кращого життя шляхом ЗМІ, кіно, серіалів тощо.

3. Модель дезінформаційної кампанії – вплив на масову свідомість шляхом дезінформації здійснюється таким чином:

- залучення уваги;
- емоційна стимуляція;
- демонстрація того, як конфліктна ситуація може бути закінчена шляхом слідування порадам комунікатора.

4. Модель кампанії нейтралізації – її функціонування полягає в:

- замовчуванні конфлікту;
- введенні нової події;
- відповіді або спростуванні.

5. Модель масової комунікації – стандартна модель комунікації складається з таких елементів: джерело – кодування – повідомлення – декодування – отримувач [135, с. 268]. Саме завдяки використанню цієї моделі появлятиметься перспектива здійснювати вплив на масову свідомість і актуалізувати життєво важливі інтереси в інформаційному просторі [113].

6. Семіотична модель – Ч. Пірс, виділяє три типи семіотики, відповідно до типології визначальних знаків для кожного з етапів [135, с. 210]:



Рис. 2.1. Класифікація моделей інформаційних війн

- іконічні знаки у вигляді телевізійних знаків (як приклад, кіно показує картину життя, яка не відповідає реальності);
- знаки-індекси, які вказують на іншу реальність, представниками якої вони є;

знаки-символи, тут ключову роль відіграють ЗМІ, які вводять нові пріоритети для суспільства й змінюють їх ієрархічний статус

7. Модель резонансного впливу – її особливість полягає в тому, що основою впливу є не новизна інформації, а базування на вже існуючій інформації. Г. Г. Почепцов виділяє таку технологію резонансу [135, с. 132]:

- когнітивні схеми;
- комунікативні схеми;
- власне резонансні схеми.

У цій технології важливою є як пропозиція мовця, так і позиція слухача. Тобто аудиторія, на яку спрямована інформація, стоїть на тій самій сходинці за значущістю, як і ті, хто дає цю інформацію. Аудиторія, на яку спрямована інформація, насправді є великим мобілізаційним потенціалом, на формування та розвиток якого країни слід покласти максимум зусиль. Слід пригадати, що завдяки здійсненню відповідних дій держави стосовно максимального задіяння громадян, свого часу Фінляндії вдалося відбити напади СРСР, маючи всього 3 мільйони населення проти 170 мільйонів у СРСР. Так само в Афганістані на час вторгнення СРСР (1979 р.) було 15,5 млн. населення – проти 262 млн. у СРСР.

Адже, не виключено, що нинішнє відкрите втручання Росії в конфлікт в Сирії може бути репетицією повномасштабної війни з Україною. Тому нашій державі треба бути готовою до цього та спрямовувати всі сили на формування, укріплення та розвиток військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Висновки до Розділу 2

У останні роки у більшості провідних країн світу активно здійснюється формування координуючих органів з метою контролювання створення і застосування інформаційної зброї, інтеграції сил у проведення наукових досліджень проблем інформаційної боротьби, забезпечення ІБ, планування інформаційних операцій, розроблення юридичної бази у напрямі забезпечення ІБ, розроблення та використання єдиної термінології.

Виняткова увага відводиться розроблюванню питань інформаційно-психологічного впливу. За експертними оцінками фахівців НАТО, найбільш розвинені країни найближчими роками отримають можливість організовувати повномасштабні воєнні дії в інформаційному напрямі. Основними завданнями в них будуть дезорганізація (порушення) функціонування ключових військових, промислових, адміністративних об'єктів і систем противника, а також інформаційно-психологічна дія на його військовополітичне керівництво, війська і населення, перш за все, з використанням інформаційних технологій і засобів. Досвід проведення антитерористичної операції на Сході України свідчить про необхідність розроблювання сучасної нормативно-правової бази для ведення інформаційної боротьби.

Слід констатувати, що тривала інформаційна обробка призвела до того, що агресивні дії російської влади проти України отримали схвалення більшості російської громадськості.

Інформаційні війни на їх нинішньому рівні вже стали частиною сьогоденних реалій. Імідж країни продуктивно створюється мовними ЗМІ. У результаті відповідного висвітлення подій ЗМІ, через різні джерела у населення складається певне уявлення про ту чи іншу країну. ЗМІ володіють великим арсеналом інформаційних прийомів впливу на суспільну свідомість.. Як і будь-який засіб, ІнфВ призначена для підтримки відповідних функцій, а

саме — для здійснення контролю громадської думки та контролю і оцінювання масової свідомості, а також проведення їх певної корекції.

Як показав досвід останніх кампаній, проведених свого часу в Іраку та Афганістані, народ країни, окремі особи тільки в руках з автоматом, рушницею, кулеметом чи гранатометом можуть бути дуже серйозним фактором навіть у боротьбі з більш високотехнологічною армією, ніж у Росії.

Україна має, по-перше, мільйони людей, які володіють досить великим досвідом воєнної служби, по-друге, мільйони тих, хто готовий захищати Батьківщину зі зброєю в руках. Більшість з них є високо мотивованими, ніж російські солдати, адже вони захищають власну країну.

Наразі розвивається нова стадія розвитку ІнфВ, в рамках яких інформаційне протиборство переходить із стану засобу забезпечення бойових операцій і виокремлюється в самостійне явище. Майбутні конфлікти будуть суттєво спрямовуватися на руйнування критичної інфраструктури, ліквідацію згуртованості суспільства.

В умовах ІнфВ постає завдання максимальної мобілізації громадян суспільства — існує велика ймовірність, що війни або не буде або вона закінчиться зовсім не так, як на це розраховує ворог.

РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ІНФОРМАЦІЙНИ БЕЗПЕКИ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

3.1 Основи державної політики у напрямі інформаційної безпеки

Інформаційна війна є продовженням політичних дій, але іншими засобами. В сучасних умовах проблеми, що пов'язані із інформаційними війнами актуалізувалися в зв'язку з глобалізацією інформаційних процесів, бурхливим розвитком і володарюванням ІТ, які сприяють політикам в експлуатації інформаційного простору та удосконаленню процесу взаємодії масових комунікацій і відповідної аудиторії.

Інформаційна війна як система інформаційно-пропагандистських та психологічних заходів, які цілеспрямовані на формування суспільної свідомості, протягом тривалого часу здійснюється із застосуванням ЗМІ, мережі Інтернет, засобів мистецтва та інших засобів за ретельно розробленими сценаріями. В інформаційній війні, як війні нового формату, щонайбільш використовуються шляхи та методи безпосереднього впливу на суспільну свідомість, на світосприйняття та душевний стан окремих осіб. Завданням такої війни в тому, щоб підштовхнути громадськість діяти в відповідному до намірів суб'єкта інформаційної війни напрямі, навіть проти особистих інтересів, а в стані ворога розщепити людей, змусити їх постати один проти одного. В ІнфВ визначальну вагомість має практичний досвід впливу на свідомість людей.

Конститутивні основи політики держави, цілеспрямованої на захист національних інтересів і гарантування в Україні безпеки особистості, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз в усіх галузях життєдіяльності, зокрема в інформаційній галузі та напрямі ІБ нашої країни викладено в нормативних актах, якими стали Закони України «Про

Національну програму інформатизації» (1998 р.), Закон України «Про основи національної безпеки України» (2003 р.), «Про Концепцію Національної програми інформатизації» (1998 р.) «Про інформацію» (1999 р.), «Концепція національної безпеки України» (2015 р.), Закон України «Про державну таємницю» (2010 р.), «Доктрина інформаційної безпеки України» (2009 р.), «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 - 2015 р.р.», «Стратегія національної безпеки України» (2015 р.), «Воєнна доктрина України» (2015 р.).

Всі зазначені державні документи свого часу стали вагомими етапами у формуванні інформаційної безпеки України шляхом впровадження та використання ІКТ в усіх галузях діяльності держави та суспільного життя.

Так, зокрема, «Національною програмою інформатизації» було визначено стратегію розв'язання проблеми забезпечення інформаційних потреб та інформаційної підтримки оборонної, соціально-економічної, науково-технічної, екологічної, національно-культурної галузей державної ваги. Сутність цього документу спрямовується на формування умов, забезпечення громадян та суспільства достовірною, своєчасною інформацією засобами активного використання ІКТ, інформаційної безпеки (ІБ) держави.

У названих директивних документах закладено правові основи інформаційної діяльності країни та громадян, підтверджено інформаційний суверенітет України, право на інформацію та на права доступу до інформації, визначено систему відповідних взаємовідносин і зобов'язань, означено правові форми міжнародного співробітництва в інформаційній галузі.

Як показують результати проведеного дослідження, зброя, яка використовується в ІнфВ, може характеризуватись групою показників, зокрема це: цілеспрямованість, вибірковість, масштабність, швидкість передавання, інтегрованість дій на громадськість та технічні засоби і

системи, можливість регулювання (дозування) «потужності» впливу, що визначає її як зброю масового впливу.

Окрім того, *інформаційній зброї є властивими такі особливості: універсальність, багатоваріантність форм реалізації, економічність, атакуючий характер, радикальність впливу, скритність, свобода просторово-часового маневру, псевдовибірковість*. Саме вони роблять інформаційну зброю надзвичайно привабливою і небезпечною. Ініціативне та завоюницьке нав'язування чужих цілей – ці чинники, які роблять ІнфВ війною і відрізняють її від звичайної реклами.

Проте, необхідною передумовою для сталого розвитку країни є активна участь громадян у формуванні та безпосередній реалізації політики у напрямі розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Запорукою уникнення внутрішніх протиріч, що сприяє ефективному розв'язанню проблеми є згуртованість громади навколо вирішення. Поряд із тим, усвідомлення громадянами країни важливості державних проблем, розуміння, що такі дії спрямовані на досягнення благополуччя всієї держави, може стати стимулом для загального схвалення дій влади та активного залучення громадян до діяльності, спрямованої на безпеку і захист державних інтересів.

Саме тому, пошук та впровадження різноманітних форм невимушеної участі громадськості у місцевому самоврядуванні може значно сприяти укріпленню місцевих громад. Одним із шляхів участі громадян у місцевому самоврядуванні є «соціальна мобілізація – інструмент мобілізації осіб з певною політичною, соціальною чи іншою ціллю. У кожній країні відомо безліч прецедентів, коли громадяни об'єднувалися для вирішення своїх нагальних спільних проблеми [136, с. 114].

Нині актуальним є дослідження проблеми покращання та впровадження соціальної мобілізації серед різних категорій громадянства, яка вмотивовуватиме підвищення самосвідомості населення.

Національну безпеку порушує інформаційне загарбання іншими державами, витікання інформації, яка, за своєю сутністю, становить державну та, можливо, іншу, передбачену законом, таємницю, а також певної конфіденційної інформації, що є власністю держави.

Низку важливих положень щодо обмежень на оприлюднення секретної інформації, щодо передавання державних таємниць до служб іноземних держав чи міжнародних організацій передбачено Законом України «Про державну таємницю» (2010 р.). Документ також містить перелік обмежень, які пов'язані з державною таємницею та торкаються перебування і діяльності в нашій країні іноземців, іноземних юридичних осіб та осіб, що не мають громадянства, а також розміщення та пересування об'єктів і технічних засобів, які належать їм.

Апріорі, національна безпека країни в інформаційній площині має забезпечуватися шляхом здійснення продуманої державної політики адекватно до прийнятих концепцій, стратегій, доктрин та програм у воєнній, політичній, інформаційній, економічній, соціальній, науково-технологічній, екологічній та інших поприщах. Відбір реальних засобів і методів забезпечення національної безпеки України в інформаційній війні спонукає на необхідність вчасного прийняття заходів, що відповідають масштабам і характеру загроз національним інтересам.

Зокрема, відповідно до Закону України «Про державну таємницю» (2010 р.), з метою охорони державної таємниці мають впроваджуватися [64]:

- єдині вимоги до розроблення, користування, збереження, передавання та обрахунку матеріальних носіїв секретної інформації;
- дозвільна упорядкованість діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій діяльності, пов'язаних з державною таємницею;
- локалізація розповсюдження, оприлюднення, передавання іншим державам або поширення іншим шляхом секретної інформації;

- лімітування щодо перебування та діяльності в Україні іноземців, осіб без громадянства, обмеження їх доступу до інформації, яка є державною таємницею, а також розташування і переміщення предметів і технічних засобів, що належать їм;
- виокремлення особливостей функцій органів державної та місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій, діяльність яких пов'язана з державними таємницями;
- розроблення режиму секретності органів та місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій, діяльність яких пов'язана з державними таємницями;
- розроблення особливої системи допуску та доступу громадян до державної таємниці;
- забезпечення технічного та криптографічного захисту інформації.

Слід зазначити, що Верховною Радою України ще у 1997р. було схвалено «Концепцію національної безпеки України», якою було закріплено [66]:

- основоположення та положення забезпечення НБ України;
- національні інтереси і загрози НБ;
- основні напрями державної політики НБ, систему її забезпечення та повноваження її суб'єктів.

Серед головних домінант національної безпеки можна виокремити такі як: верховенство права й демократичний цивільний контроль за військовою ділянкою в системі забезпечення НБ та пріоритетності прав громадян.

Серед визначальних напрямів політики держави в площині реалізації питань національної безпеки в інформаційній галузі «Концепцією національної безпеки України» були визначені:

- застосування та організація комплексних заходів, спрямованих на захист особистого інформаційного простору та входження України до всесвітнього інформаційного простору;

- елімінацію негативних чинників руйнування інформаційного простору, інформаційної експансії з боку інших країн;
- розроблення та введення потрібних засобів та режимів отримання, зберігання, поширення й використання державно значимої інформації, формування розвиненої інфраструктури в інформаційній площині.

Державним документом, за яким інформаційна безпека визначається як самостійна галузь забезпечення національної безпеки України та одночасно як невід’ємна складова кожної з її ділянок стала «Доктрина інформаційної безпеки України» (2009 р.). Визначальною ціллю реалізації положень цього документу встановлено створення розвиненого національного інформаційного простору нашої держави та формування захисту інформаційного суверенітету України. Доктриною визначено цілеспрямовані принципи інформаційної безпеки, окреслено життєво важливі зацікавленості в інформаційній площині в контексті інтересів особистості, суспільства, держави.

Положенням Доктрини передбачається, що діяльність органів виконавчої влади у ділянці інформаційної безпеки України має зосереджуватись на структурному поєднанні діяльності держави, громадянського суспільства і окремої особистості відповідно до головних напрямів: інформаційно-психологічного, технологічного розвитку та захисту інформації. Адже документ досить чітко окреслює реальні та потенційні загрози напрямів інформаційній безпеці України, де потрібно вживати необхідних заходів: внутрішньополітичний, воєнний, зовнішньополітичний, соціальний, гуманітарний, економічний, науково-технологічний та екологічний.

Грунтовні настанови та спрямовуючі домінанти державного будівництва в інформаційній ділянці, а також напрями діяльності органів державної влади в обстановці визначаються «Стратегією національної безпеки України». Ці положення визначені з метою своєчасного виявлення,

зупинення та знешкодження реальних і латентних загроз національним інтересам України в інформаційній та інших галузях життєдіяльності.

Розвиток концептуальних засад нормативно-правового регулювання інформаційної безпеки України отримав у Законі України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки». Так, наприклад, відповідно до Закону вирішення проблеми ІБ має здійснюватися шляхом [65]:

- «формування інформаційної інфраструктури держави та забезпечення захисту її складників;
- підвищення рівня управління діяльності державних органів у напрямі викриття, оцінювання і прогнозування загроз інформаційній безпеці, їх запобігання та ліквідації їх наслідків, організація інтернаціональної співпраці;
- удосконалення нормативно-правової бази у напрямі забезпечення ІБ – захисту інформаційних ресурсів, протидії ІТ-злочинності, захисту масивів особистих даних тощо;
- розгортання та розвитку Національної системи конфіденційного зв'язку як сучасної захищеної транспортної основи, здатної до інтеграції до територіально розподілених інформаційних систем, призначених для опрацювання конфіденційної інформації».

Отже, комплексна безпека суспільства, як цілісного явища, гарантована законодавчими і практичними заходами держави та спрямована на захищеність і забезпечення національних інтересів. Така система національної комплексної безпеки внутрішньо розподілена на відносно самостійні, але взаємопов'язані складники: соціальний, інформаційний, технічний, військовий, геополітичний, екологічний, демографічний, медичний, економічний, космічний, правовий, освітній.

Всі компоненти національної комплексної безпеки людини, держави та суспільства математично змодельовані дослідниками за допомогою

розрахункових просторів відповідних небезпек і загроз. Тому визначальним питанням вбачаються інтеграція комплексного характеру інформаційної війни і комплексної безпеки соціуму як цілого.

3.2 Механізми інформаційної безпеки України в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення

Відповідно до ст. Закону «Про основи національної безпеки України» 2003 р. *об'єктами* національної безпеки в інформаційній сфері є:

- людина — її конституційні права і свободи;
- суспільство — його морально-етичні, духовні, історичні, культурні, матеріальні та інтелектуальні цінності, природні ресурси та інформаційне і навколишнє природне середовище;
- держава — її суверенітет, конституційний лад та територіальна цілісність.

Основними положеннями забезпечення національної інформаційної безпеки визначено:

- перевага прав і свобод людини;
- пріоритет договірних (мирних) засобів у розв'язанні конфліктів;
- верховенство права;
- виразний розподіл прав та узгодженість взаємодії органів державної влади;
- вчасність і відповідність дій, спрямованих на захист національних інтересів;
- демократичний контроль Воєнної організації країни та інших структур в системі Національної безпеки;

– застосовування в інтересах країни міждержавних систем та механізмів спільної безпеки.

Суб'єктами забезпечення національної безпеки в інформаційній галузі є: президент України; рада національної безпеки і оборони України; Верховна Рада України; Кабінет Міністрів країни; міністерства та інші центральні органи виконавчої влади; збройні сили України,

Права суб'єктів національної безпеки визначено у Законі України «Про основи національної безпеки України» та у законах та положеннях, що предметно регулюють правовий статус. Основні напрями державної політики в інформаційній галузі:

- забезпечення та захист інформаційного державного суверенітету;
- покращання державного регулювання інформаційної галузі шляхом створення економічних, нормативних та правових передумов для розвитку інформаційної інфраструктури та ресурсів, впровадження новітніх технологій тощо;
- неперервне задіяння ЗМІ до протидії зловживанням службовим становищем, корупції та іншим явищам, що загрожують державній національній безпеці;
- дотримання конституційного права громадськості на свободу слова, доступу до інформації, дискримінації в інформаційній галузі, переслідування журналістів за особисті політичні позиції тощо;
- застосування інтегрованих заходів у площині захисту національного інформаційного простору України та протидії монополізації інформаційної галузі держави.

Захист секретних банків інформації здійснюються в порядку, встановленому нормативними актами Президента України. Оперативні та розшукові дії щодо охорони державної таємниці здійснює СБУ відповідно до Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність».

Для інформаційного впливу на масову свідомість, ІнфВ діє за опорною схемою, яка може виглядати наступним чином:

1) Наявність багатоцільового об'єкта з метою подальшого комунікаційного резонансу. Тобто для використання розповсюдженої інформації мають бути враховані всі інтереси [135, с. 63].

2) Використання однорідної групи населення, яка не має чіткої залежності від існуючої влади, в якості «динаміки» для масової свідомості [135, с. 64].

3) Залучення молодіжної аудиторії яка, через несталу сформованість інтересів, найбільш активно засвоює інформацію, порівняно з будь-якою іншою віковою аудиторією.

4) Використання критики, яка не спрямована безпосередньо на владу, а, навпаки, яку частіше влада підтримуватиме.

5) Активне залучення усних каналів – через телеканали, радіо тощо. Адже усна стихія цікава громадянам тим, що вона завжди має швидку реакцію, водночас тоді, коли реакція на письмову (газети, журнали) затримується настільки, що спроба будувати на ній інформаційний вплив практично приречена на провал [135, с. 66].

6) Поширення чуток – з метою стимуляції обговорення інформації.

7) Використання багатоканального впливу – з метою доведення до громади одних і тих же повідомлень різними каналами (це можуть бути як національні ЗМІ, так і міжнародні) – дає можливість посилити ефект інформаційного впливу.

8) Здійснення опори на однорідну аудиторію за певними параметрами:

- зіткнення із загальною проблемою;
- визнання проблеми значущою;
- організація для прийняття вирішення проблеми.

Враховуючи означене, фахівці, з-поміж основних напрямів формування безпеки держави, наголошують на необхідності залучення безпекового потенціалу громадськості в умовах протидії зовнішній агресії. Зокрема, вони виокремлюють наступні [44].

1. ***Оновлення засадничих документів державної політики та нормативно-правових актів*** у ділянці безпеки, зокрема, участі громади у розроблюванні документів та управлінських рішень на даному напрямі державної політики.

Наприклад, відповідно до даних, оприлюднених Міжнародним щорічним рейтингом аналітичних центрів відповідно до програми «Аналітичні центри та громадянське суспільство», в Україні працювало 47 аналітичних центрів (2013 р.), рівень професійності яких відповідає високим еталонам напряму дослідження [11]. Важливо, що значна частина з них працює у галузі національної безпеки, оборони та в інших галузях, які є актуальними у контексті безпеки.

2. ***Організація, неперервна підтримка й доцільне використання масового мобілізаційного руху*** громадян, які викликались добровольцями до лав ЗСУ та інших збройних формувань, що піднялися на її захист. Важливою в цій площині є інформація про те, що вже з перших днів агресії Росії у різних регіонах України спостерігався масовий потужний рух добровольців до військових комісаріатів, які мали бажання стати на захист своєї Батьківщини зі зброєю в руках. В цій позиції, однак, виявилася проблема, яка полягала в тому, що військові комісаріати та інші структурні підрозділи Міністерства оборони України виявилися не готовими до оперативної мобілізації значної кількості добровольців.

Тому, на початку такого масового руху більшість з них займалася уточненням облікових даних. Проте, проблема полягала в тому, що у регіонах Сходу та Півдня України досить стрімко розгорталися сепаратистські заворушення, які супроводжувалися захопленням

адміністративних будівель. Звичайно, як свідчать ЗМІ, а цьому тлі нездатність військових комісаріатів здійснити повноцінну структуровану мобілізацію, а правоохоронних органів, в свою чергу, – забезпечувати відповідний правопорядок, спричинили безкінечно негативний резонанс патріотично налаштованої громадськості та спонукали її до оперативного здійснення активної самоорганізації. Наприклад, активісти Євромайдану в Одесі виклали ультиматум главам силових відомств міста, в якому потребували навести лад у місті: «Треба покарати осіб, що намагаються розколоти країну. У випадку не реагування суспільство буде змушене саме організуватися перед лицем загрози» [100].

Відповідно до наведених даних від Центру Разумкова з проведеного соціологічного дослідження (2014 р., квітень), у разі широкомасштабного вторгнення Росії до нашої держави, 13,9% опитаних повідомили, що підуть до армії, 10,3 % – готові взяти участь у підпільній або партизанській роботі супротив Росії, велика кількість громадян – 39,3 % заявила, що буде підтримувати українську армію (Рис.3.1) [52].

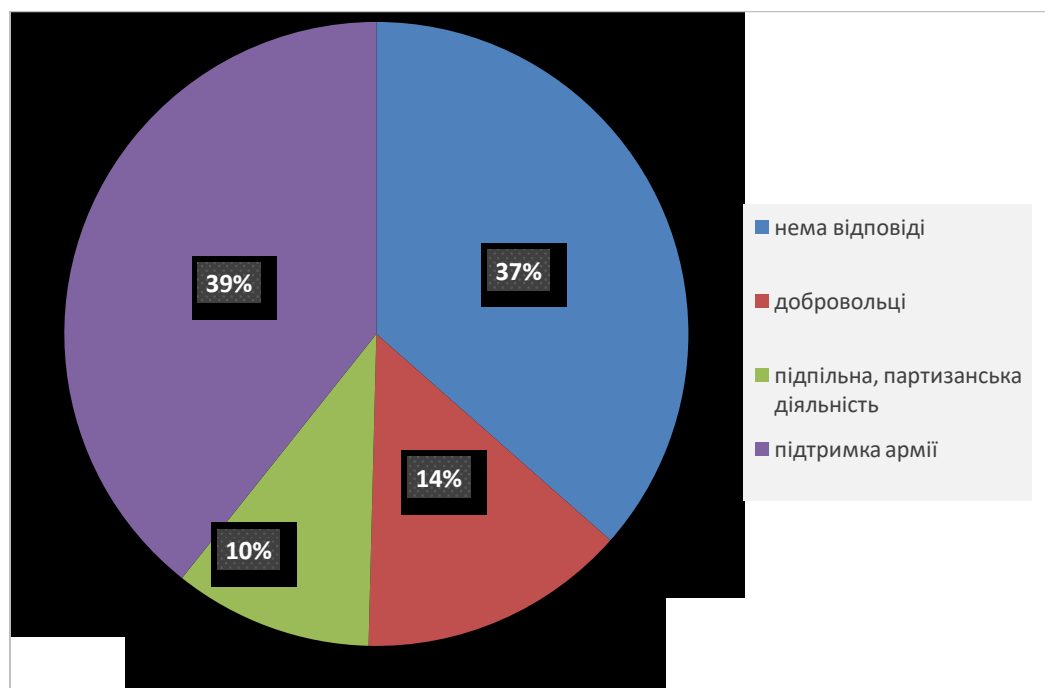


Рис.3.1. Дані соціологічного дослідження щодо готовності громадськості до

мобілізаційних заходів (2014р.)

Позитивним у створенні мобілізаційного потенціалу є те, що надалі мобілізаційні дії стали здійснюватися все більш ефективно та системно. Нині масова мобілізація добровольців відбувається не тільки до ЗСУ, але й також до Національної гвардії України. Національну гвардію України було оперативно сформовано відповідно до Закону України «Про Національну гвардію України» (13.03.2014 р. № 876-VII).

Примітним є те, що найбільш відповідально формуванням вказаних підрозділів переймалися ВГО «Самооборона Майдану» та деякі громадські організації, які були створені під час Євромайдану. Так, станом на кінець травня 2014 р. було сформовано 27 підрозділів патрульної служби міліції особливого призначення (у 16 регіонах нашої держави та в м. Києві). Як повідомляють інформаційні джерела, чисельність окремих формувань – 100-500 осіб [67]. Так, відповідно до сповіщень Прес-центру СБУ, протягом останнього часу понад 20 тис. патріотів серед колишніх правоохоронців висловили волю повернутися на службу Україні, заради збереження її територіальної цілісності та незалежності [117].

Ставлення громадськості до проблем і явищ багато в чому визначається тими, хто контролює світ комунікацій. ІнфВ складається з дій, які використовуються з метою досягнення переваги шляхом впливу на інформацію і інформаційні системи противника з одночасним зміцненням і захистом особистої інформації. Головна зброя, яку використовує ІнфВ – це «своєрідна інформаційна зброя, яка представляє собою засоби знищення, перекручування або розкрадання інформаційних масивів, виокремлення з цих масивів необхідних інформаційних даних, лімітування та/або заборони доступу до них користувачів, виведення з ладу телекомунікаційних мереж, технічних засобів, комп'ютерних систем, що призначені для забезпечення функціонування життєдіяльності держави» [72].

Ефектом розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення можна вважати формування певних угод з метою нормалізації життєдіяльності та діяння новостворених підрозділів, їх технічного та матеріального забезпечення, в якому активну участь неперервно беруть окремі громадяни, органи місцевого самоврядування, громадські об'єднання та рухи, спілки підприємців.

Механізм інформаційної безпеки України в умовах ІнфВ представляє собою сукупність правил і процедур прогнозування, планування, виділення ресурсів і їх стимулювання зі спрямованістю на досягнення поставленої мети. Його реалізація дозволяє з певною чіткістю претендувати на здійснення змін в індивідуальній і суспільній свідомості.

3.3 Стратегія та перспективи інформаційної безпеки в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення (авторський підхід)

З часом все більше зростають руйнівні можливості ІнфВ, що логічно викликає потребу у формуванні вимог до забезпечення інформаційної безпеки держави, підвищення компетентності фахівців інформаційної боротьби в площині інформаційної війни, а також захисту свідомості громадян держави, що є пріоритетним при веденні протиборства.

У розробленні інформаційної безпеки (ІБ) слід наголосити на деяких аспектах ведення ІнфВ. Зокрема, для того, щоб інформаційний вплив був ефективним, розробникам ІнфВ потрібно виокремити проблему, яка буде стосуватися більшої частини населення. І, мабуть, найголовніша відмінність ІнфВ від війни будь якого іншого виду полягає в тому, що вона, здебільшого, має прихований характер, громада навіть не зможе зрозуміти, що перебуває під активним інформаційним впливом.

Отже, інформаційний вплив відбувається так, щоб формувати громадську думку та змусити громадськість діяти в інтересах зацікавленої сторони: розповсюдження інформація, яка не відповідає істині; зміна пріоритетності різної інформації; зміна процесу подання інформації.

Можна стверджувати, що у *ІнфВ відбувається трансформація передавання інформації: від функції інформування населення – до ідеологічної функції*.

З літературних джерел відомо, що під час Першої світової війни вперше було використано метод пропаганди. На той час пропаганда несла інформаційний характер, і джерело повідомлення не приховувалось. Однак, під час Другої світової війни розпочато було використання «чорної пропаганди» – пропаганда почала набувати багатофункціонального характеру. Це означає, що джерело повідомлення приховувалось, інформація подавалась не в повному об'ємі або була не зовсім точною. Вже в післявоєнний радянський період пропаганда заповнила майже весь офіційний інформаційний простір – відмічалось створення досить великих інформаційних кампаній.

Щонайперше, сторона, що збирається маніпулювати іншою стороною засобами ІнфВ, перш за все, має визначити цільову аудиторію опонента.

Найбільш небезпечним, за моїм баченням є те, що використання зброї у звичайній війні завжди приносить біль і страждання народонаселенню, причому відразу і безпосередньо. Зброя ІнфВ, навпаки, багатьом приносить задоволення (фільми, ток-шоу тощо), альтернативну інформацію (якщо навіть брехливу, все одно привабливу своєю альтернативністю).

Нарешті, ІнфВ ведеться паралельно з продовженням співпраці між воюючими сторонами, часто дуже інтенсивно. Ця особливість ІнфВ є важливою і, за своєю сутністю, зобов'язана і може бути застосована з метою знищення результатів ІнфВ, а в найкращому випадку – з метою її припинення (проте не як наслідок капітуляції).

Пошук шляхів формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення спонукав до перегляду деяких аспектів цієї галузі в інших країнах, який може бути використаний в Україні. Так, наприклад, відмінність Швейцарської армії в принципі доведення до абсолюту ідеї «народ і армія єдині». Як зазначають дослідники, «Держава, що запрошує купити хоча б пістолет зі знижкою. Держава, яка здатна розгорнути з 22-тисячної в дві-чотири години 650-тисячну, а в дві доби 1.7-мільйонну армію, яка чудово навчена, організована і дуже непогано озброєна. Для прикладу: армія США – 1,3 мільйона плюс такий же резерв, армія Китаю – 2.4 млн, плюс 1 млн. резерв. Також слід враховувати, що майже вся озброєна до зубів країна, від Женеви до Давосу, від Цюриха до Лугано – високі гори, зриті тунелями, протиатомними бункерами, сховищами зброї, «засіками батьківщини», і ракетно-артилерійськими опорними вогневими точками, врізаними в граніт. Армія Швейцарії – не єдина країна в світі, що має кадрово-міліційну структуру. За цим же принципом (в деякому наближенні) побудований, наприклад, Бундесвер, що є по суті таким собі величезним аналогом радянських «кадрувальних» дивізій. Тобто система — коли «небагато солдатів + багато кадрових офіцерів і унтерофіцерів + резервісти на громадянці + тренувальні збори = розгортання тільки коли треба»» [146].

Ефективність формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення і діяльності, в умовах активного використання ІКТ, може бути досягнена за рахунок розроблення найбільш «оптимальної» стратегії та проведення відповідно до неї цілеспрямованої процедури – алгоритму дій.

Відзначу, що термін «стратегія» в основі має військове походження та має відтворювати мистецтво підготовки і ведення як війни в цілому, так і великих воєнних дій. Я ж використаю цей термін для розроблення авторських підходів щодо інформаційної безпеки в умовах ІнфВ як

комунікативної технології у формуванні та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Розроблення стратегії та перспективи ІБ в умовах ІнфВ, як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення, *є складним процесом*. Це можна пояснити тим, що:

- По-перше, в ІнфВ не сформовано виразної однозначної концептуальної бази, що не дає можливості адекватно оцінювати здійснюване.
- По-друге, інформаційні війни не мають єдиної адекватної моделі.
- По-третє, причини війни залишаються такими ж, як в минулому, однак змінюються способи її ведення.
- По-четверте, вихідною точкою відліку для ведення ІнфВ стала медіатизація війни.
- По-п'яте, ІнфВ, як і кожне нове покоління війни багато в чому є лінійною – до неї завжди виявляються неготовими інші «гравці».

Щодо терміну «медіатизація» треба розуміти досить тривалий процес медіавпливу, що спрямований на трансформацію соціальних і культурних інститутів – відбуваються зміни медіаекології, коли медіа інтегруються в реальні процеси військових дій. ***Отже, нововведенням ІнфВ стала її віртуалізація. Більшість інформації, яку подавали ЗМІ, не мала реального підтвердження або не мала ніякої юридичної сили. Така пропаганда ґрунтувалася на емоційному контексті, тому вірити в неї значно легше. У цій ІнфВ боротьба ведеться не за інформацію, а за увагу громадськості.***

Першим етапом медіатизації вважається телевізійна війна – коли інформаційний порядок дня був головним.

Другим етапом стала ІнфВ, в рамках якої інформаційний порядок дня перемагав нелінійні причинно-наслідкові зв'язки.

Третій етап народжений тоді, коли «Аль-Каїда» створила медіакультуру поза мейнстрімом, розміщуючи там тільки відео власних насильств.

Формування громадської свідомості за допомогою ІКТ з використанням методів психологічного впливу стає найбільш дієвим способом контролю і маніпуляції в країні та за кордонами країни. Отже, можна вважати, що засоби ведення ІнфВ, зокрема ІКТ є сучасною технологією, яка впливає на формування та розвиток військово-мобілізаційного потенціалу населення.

У розробленні стратегії та перспективи інформаційної безпеки в умовах ІнфВ, як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення необхідно відштовхуватись від основних завдань ІнфВ, які вже узагальнено, відповідно до Ю. В. Нестеряка [99, с. 44] є такими:

- формування оманливого потенційного супротивника;
- дискредитація лідерів та військового і політичного управління супротивника;
- локалізація та звуження інформаційної та пропагандистської діяльності супротивника.

Всі моделі ІнфВ, які використовуються, сприяють інформаційному впливу на масову свідомість громадськості. Опираючись на аналітичні дослідження можна стверджувати, що *максимальна інформаційна мобілізація нашого суспільства прогнозовано призведе до того, що ймовірніше, війни не буде або вона закінчиться зовсім не так, як розраховує ворог*. Адже все залежить від того, хто фактично визначає інформаційний контент.

Однією з найвразливіших цілей пропаганди є молодь, яка, здебільшого, є мобілізаційним потенціалом держави. Ця категорія населення, окрім

дипломатії, потребує тісної співпраці. Можна окреслити заходи, які передбачає така діяльність.

- По-перше, для всіх бажаючих необхідно оголосити можливість практично пройти «курс молодого бійця» – навчання стрільбі зі зброї.

- По-друге, на ці курси слід запрошувати через ЗМІ, Інтернет та через рекламу на вулицях.

- По-третє, забезпечити виключно щоденні виїзди на полігони.

В перспективі буде підготовлено велику кількість високомотивованих і відносно навчених громадян, які можуть стати винятково важливою допомогою армії України та країні в цілому.

Саме для цієї груп вбачається необхідним створення веб-ресурсу – єдиної Інформаційної системи (ІС), метою якої стане поширення тематичної інформації та впровадження медіатеорії та медіапрактики. Такий ресурс, реалізується в рамках Інтернет-мережі та має стати життєво важливою частиною громадянської освіти молоді України. Уряд має визначити розвиток таких ресурсів як пріоритетних і надати відповідну підтримку й методичні основи з метою їх ефективного впровадження. До розроблення ІС мають бути підключені викокваліфіковані технологи. Технологами будемо називати піарників, рекламистів, журналістів, політиків, іміджмейкерів, військових, спічрайтерів і спіндокторів.

Піарник – особа, функціональними обов'язками якої є формування у суспільстві іміджу (інформаційної ситуації) фірми або конкретної людини.

Іміджмейкер – фахівець зі створення іміджу, формування громадської думки про когось чи щось.

Спічрайтер – вид діяльності фахівця, який займається підготовкою матеріалів для доповідей та промов.

Спіндоктор – радник, який займається повідомленнями у засобах масової інформації.

Вони повинні бути високоосвіченими та достатньо кваліфікованими, аби вирізняти пропаганду з інформаційного потоку. Також мають досить тісно співпрацювати з неурядовими організаціями, спільно розробляти методологічні основи, інструменти й практичні рекомендації з метою розв'язання проблеми.

Спробую вивести основні ІКТ, якими користуються технологи ІнфВ для розроблення потрібного ІС як комунікативного простору. Спрямованого уникнення дезінформації, розпалювання ненависті, помилкових повідомлень, тощо.

**Можна сформулювати низку практичних рекомендацій щодо
формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу
населення, як наслідку ІнфВ**

Визначені основні напрями:

1. Протидія дезінформації має бути пріоритетом у формуванні зовнішньої політики й питань безпеки.
2. Розгляд пропаганди як національної загрози.
3. Ознайомлювання громадськості України із знаннями й досвідом ЄС.
4. Викладення під сумнів пропагандистських заяви прокремлівських політиків і публічних осіб.
5. Розкриття та оприлюднення кампаній з дезінформації, їх сутності та каналів поширення.
6. Систематичне підвищення стійкості громадян України до пропаганди у вільних спільнотах.

Для цього слід виконувати такі завдання:

- Неперервно здійснювати моніторинг та оприлюднювати інформацію про зв'язки між Кремлем й екстремістськими угрупованнями.
- Оприлюднювати діяльність політиків і державних інститутів у напрямі безпеки країни.
- Публічно викривати пропагандистський наратив.

- Проводити дебати з громадянами, особливо в регіонах.
- Обговорювати визначення ЗМІ та правові рамки.
- Неперервно та регулярно вивчати вплив дезінформації.
- Здійснювати регулярні та докладні соціологічних досліджень пропаганди та оприлюднення їх результатів.
- Ознайомлювати громадян з техніками дезінформації.
- Запровадити викладання медіаосвіти в освітніх закладах.

На Рисунку 3.2. відображено модель інформаційної системи, яка може бути застосована з метою формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення країни. Електронні ресурси, які включено до ІС, мають стати реалізовані в життєвоважливу частину громадянської патріотичної освіти:

- «Соціальні мережі» – створення віджетів з соціальних мереж ;
- «Блог» – висвітлення щоденних тематичних подій;
- «Публікації» – перегляд тематичних публікацій;
- «Форум» – тематичні обговорення;
- «Законодавчі ресурси»;
- «Веб-сайт» – загальна інформація про розвиток пропаганди, інформаційні війни, військово-мобілізаційний потенціал країни, опис діяльності відповідних органів, реєстр клієнтів та їхні відгуки, контактна інформація. Завдяки цьому сайт несе навантаження цілодобового е-офісу;
- «Куточок для учнів» – розташування тематичної інформації для закладів освіти, яку можна використати для виховання молоді в освітньому процесі;
- «Ми – українці» – розташування цікавих фактів та повідомлень про відомих українців;
- «Джерело» – розташування історичної інформації, яка повідомляє про розвиток держави;

- «ІнфВ – світовий досвід» – викладення фактів світового досвіду боротьби з пропагандою, формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення;
- «Новини» – сповіщає українців про появу нової пропаганди, заходів та способів та продукції ІнфВ.

У формування такої тематичної ІС інноваційним є включення різних взаємопов'язаних сервісів: дискусійних груп, відеотрансляції та публікації, банку матеріалів – першоджерел, електронних форумів тощо. У просторі ІС організовується і здійснюється робота в напрямках:

- з'ясування інформаційних потреб;
- відбір інформаційних джерел;
- збір та акумулювання інформації в е-банках;
- залучення масивів баз даних з зовнішніх та/або внутрішніх джерел;
- розроблювання інформаційних баз даних, оцінювання ступеню їх повноти і значущості та оформлення подання в комфортному форматі та доступному вигляді;
- підготовка інформації для користувачів або інших ІС;
- відбір та підготовка інформації для оцінювання тенденцій, розроблення прогнозів, оцінювання різноманітних альтернатив рішень та прийняття дій, розроблення стратегії;
- організація зворотного зв'язку.

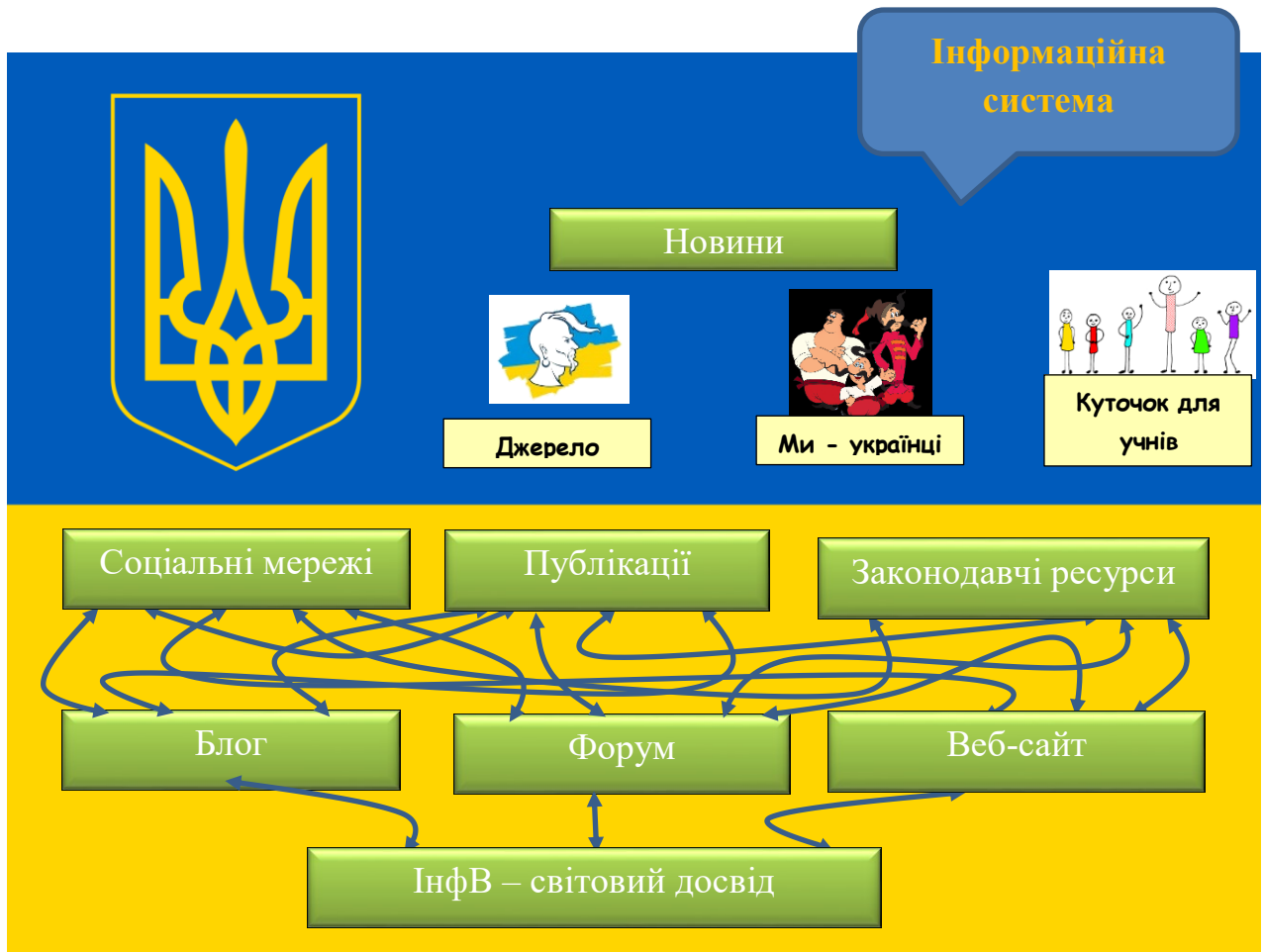


Рис.3.2. Модель інформаційної системи (веб-ресурсу) формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення

В ІС технологи стають зберігачами інформації для всього суспільства – їм потрібно розробляти контент про методи роботи кампаній та держави із дезінформації та про можливості їх виявлення. Також необхідно запровадити постійне викладення інформації про міжнародний обмін знаннями на рівні ОБСЄ, Ради Європи або неурядових організацій.

Громадськість повинна мати точні й свіжі дані про вразливі місця для своєї держави, про конкретні довготермінові або невідкладні заходи держави, спрямовані на протидію дезінформації.

Адже відсутність конкретних даних щодо оцінювання впливу різних методів дезінформації є однією з проблем. Потрібно здійснювати регулярні опитування, аби встановити, які заходи діють для тих чи інших національних і місцевих контекстів. Їх результати мають бути оприлюднені та використані

державою у розробленні або підсиленні заходів, спрямованих на формування та розвиток військово-мобілізаційного потенціалу громадян України.

Перспективою створення ІС є забезпечення умов для висвітлення темних плям або невідповідності в медіапросторі, формування досвіду і підготовки в боротьбі з дезінформацією та її впливу на процес формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення.

Складність цього питання полягає в тому, що розглянута проблема вимагає міждисциплінарного підходу в галузях розслідування, політичних досліджень, висвітлення в ЗМІ, досвіду здійснення зовнішньої політики.

Висновки до Розділу 3

Проаналізувавши досвід ведення ІнфВ минулого, можна зробити висновок, що в ті часи ІнфВ виступала як допоміжний механізм у веденні реальної війни, щоб посилити або замінити військові дії.

У технології сучасних ІнфВ вирішальними є як пропозиція мовця, так і позиція слухача. Тобто аудиторія, на яку спрямована пропаганда, стоїть на тому самому щабелі за цінністю, як і та, яка надає цю інформацію. Аудиторія, здебільшого, це – молодь, на яку спрямована інформація, насправді є великим мобілізаційним потенціалом, на формування та розвиток якого країні слід покласти максимум зусиль.

Головна зброя, яку використовує ІнфВ – це своєрідна інформаційна зброя, яка представляє собою засоби знищення, перекручування або розкрадання інформаційних масивів, виокремлення необхідної інформації, лімітування або заборона доступу користувачів до інформаційних баз, виведення з ладу технічних та телекомунікаційних ресурсів, комп'ютерних та інформаційних систем, які спрямовані на забезпечення і функціонування життєдіяльності суспільства. Найчастіше інформаційне повідомлення може втручатися в масову свідомість, диктуючи стиль поведінки та дій. Хоча

однозначного трактування технологій ІнфВ не існує, слід розуміти, що механізми ІнфВ є нейтральними і важливим є лише вибір громадян: чи стануть вони пригніченими – що призведе до занепаду і розрухи, або, навпаки, стануть на шлях розвитку та зміцнення держави.

Можливості невдачі програм ІнфВ існують, але вимагають ефективного менеджменту – інструменту, за допомогою якого система може відобразити інформаційну агресію в умовах невизначеності.

Розроблено та запропоновано модель електронного (веб-ресурсу) – інформаційної системи, в основу якої покладено стратегію та перспективи інформаційної безпеки в умовах ІнфВ, як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення. Виокремлено завдання, які покладено на ІС:

- формування оманливого потенційного супротивника;
- дискредитація лідерів супротивника та військово-політичного складу;
- локалізація та звуження інформаційної та пропагандистської діяльності опонента аж до організації інформаційної блокади.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У широкому спектрі соціально-політичних конфліктів в час здійснювання інформаційно-комунікативної революції оперують термінами «інформаційна війна» (ІнфВ), «кібервійна» та «мережева війна». З давніх часів засоби масової інформації ставали майданчиком ІнфВ. Явища, що демонструються на екрані, як правило, є характерологічним «ангажованим» дискурсом, який оперує інформаційними та віртуальними об'єктами. Під сучасною ІнфВ розуміється стратегія інформаційного впливу на масову свідомість та громадську думку з метою досягнення певного виграшу зацікавленої сторони. Такий інформаційний вплив сприяє формуванню різноманіття смислів, в якому громадянам достатньо складно визначити істину. Такий вплив може мати наслідком в собі не тільки дрібні заворушення й революційні події, але й сепаратизм, що може закінчитися розвалом країни.

У сучасному світі ІнфВ стали все більше поширюватись зі зростанням можливостей впливу інформаційних технологій на особистість. Інформаційна війна – це війна, яка є психологічною за формою, цивілізаційною за змістом та інформаційною за засобами, де об'єктом знищення та трансформації є ціннісні установки громадян противника, в результаті якої первинні життєві цінності та цілі замінюються вторинними, третинними чи, навіть, більш низькими, невисокого рівня, з високою ймовірністю їх досягнення. Причому досягнення поставлених вторинних цілей може сприйматися особистістю як його благо.

Останні являють собою інтегроване (комплексне) застосування засобів управління, навігації, зв'язку, розвідки а також технології впливу на ІТ-системи, інформаційно-комунікаційні мережі і їх захист. Цей вид війни передбачає, що періодично з боку хакерів здійснюються атаки на сайти державних організацій. Інформаційно-психологічна війна полягає у використанні пропаганди проти ворога та спрямовується проти іншої

держави. Вона часто може призводити до зміни в державній політиці, до розладу економічної системи ворога і, як результат, до погіршення владно-громадських взаємовідносин, які можуть призвести до активізації дій громадськості проти власного уряду. З'ясовано, що терміном «інформаційно-психологічні технології» позначається широкомасштабне застосування технологій інформаційного впливу на психологічний стан особового складу військ і громадськості протилежної сторони на користь досягнення стороною, що здійснює вплив, поставлених цілей. З огляду на безпосередній взаємозв'язок ціннісних установок і культурного підґрунтя розвитку особистості з культурою його народу, необхідно вважати, що об'єктом руйнування в такій інформаційній війні є культурна оболонка супротивника, а оскільки культура є стрижнем розвитку цивілізації, питання може йти про руйнування цивілізації.

Мобілізація – це приведення громадян країни у такий стан (організаційний, інституційний, ментальний), коли вони здатні спільно вирішити проблеми, що виникли перед країною. Військова мобілізація – комплекс заходів, здійснюваних з метою планомірного переведення національної економіки, діяльності органів державної влади, інших державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій на функціонування в умовах особливого періоду, армійських угруповань на організацію воєнного часу.

Виокремлення методологічних та концептуальних аспектів інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення дозволило з'ясувати, що специфіка «функціонування» ІнфВ, знаходиться в прямій залежності від моделі впливу, яка застосовується. Виявлено деякі її моделі: дезінформаційні кампанії; пропагандистські комунікації; кампанії нейтралізації; масові демонстрації; резонансний вплив тощо.

З'ясовано, що у останні роки у більшості провідних країн світу активно здійснюється формування координуючих органів з метою контролювання створення і застосування інформаційної зброї, інтеграції сил у проведення наукових досліджень проблем інформаційної боротьби, забезпечення інформаційної безпеки (ІБ), планування інформаційних операцій, розроблення юридичної бази у напрямі забезпечення ІБ, розроблення та використання єдиної термінології. Виняткова увага відводиться розроблюванню питань інформаційно-психологічного впливу.

За експертними оцінками фахівців НАТО, найбільш розвинені країни найближчими роками отримають можливість організовувати повномасштабні воєнні дії в інформаційному напрямі. Основними завданнями в них будуть дезорганізація (порушення) функціонування ключових військових, промислових, адміністративних об'єктів і систем противника, а також інформаційно-психологічна дія на його військовополітичне керівництво, війська і населення, перш за все, з використанням інформаційних технологій і засобів.

Аналітичний огляд досвіду проведення антитерористичної операції на Сході України свідчить про необхідність розроблювання сучасної нормативно-правової бази для ведення інформаційної боротьби. Наразі розвивається нова стадія розвитку ІнфВ, в рамках яких інформаційне протистояння переходить із стану засобу забезпечення бойових операцій і виокремлюється в самостійне явище.

У ситуації, що складається внаслідок інформаційного впливу, невідкладним завданням постає забезпечення процесу формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення, який передбачає задіяння усіх категорій громадськості до процесу розв'язання першочергових економічних та соціальних питань країни. Такий процес об'єднує всі сегменти суспільства (чоловіків, жінок, молодь, освітні заклади, представників громадянського суспільства, забезпечених/малозабезпечених,

місцеву владу та ін.) у площині розуміння та патріотичного відношення до безпеки держави і призводить до активної участі громади.

З'ясовано, що в інформаційній війні щонайбільше використовуються шляхи та методи безпосереднього впливу на суспільну свідомість. Завданням такої війни в тому, щоб підштовхнути громадськість діяти в відповідному до намірів суб'єкта інформаційної війни напрямі, навіть проти особистих інтересів, а в стані ворога розщепити людей, змусити їх постати один проти одного.

Розроблення та обґрунтування стратегії та перспективи інформаційної безпеки в умовах інформаційної війни як комунікативної технології формування та розвитку військово-мобілізаційного потенціалу населення здійснювалось на положенні, яка полягає в тому, що сьогодні інформаційна боротьба є видом стратегічного забезпечення бойових дій ЗСУ. Її складовими визначено комп'ютерно-телекомунікаційну боротьбу, радіоелектронну боротьбу, інформаційну розвідку, морально-психологічне забезпечення, інформаційно-психологічні операції, забезпечення безпеки військ, порушення нормального функціонування або повне знищення інформаційних систем противника. Стратегічним та перспективним для забезпечення ІБ вбачається впровадження авторського веб-ресурсу – єдиної Інформаційної системи (ІС), метою якої є поширення тематичної інформації та впровадження медіатеорії та медіапрактики. Авторський ресурс реалізується в рамках Інтернет-мережі та має стати життєво важливою частиною громадянської освіти молоді України.

Щодо розроблення стратегії інформаційної безпеки можна запропонувати практичні рекомендації, які полягають у наступному:

1. Важливим є неперервний аналітичний огляд концепцій інформаційної війни у провідних країнах світу з метою впровадження позитивного досвіду у вітчизняну систему ведення інформаційної боротьби.

2. Запорукою уникнення внутрішніх протиріч, що сприяє ефективному розв'язанню проблеми є згуртованість громади та національної спільноти. Поряд із тим, усвідомлення громадянами країни важливості державних проблем, розуміння, що такі дії спрямовані на досягнення благополуччя всієї держави, може стати стимулом для активного залучення громадян до діяльності, спрямованої на безпеку і захист державних інтересів.

3. Уряд має визначити розвиток ресурсів і надати відповідну підтримку й методичні основи з метою їх ефективного впровадження.

Основними напрямками функціонування ІС є:

1. Протидія дезінформації має бути пріоритетом у формуванні зовнішньої політики й питань безпеки.

2. Ознайомлювання громадськості України із знаннями й досвідом ЄС в галузі інформаційної безпеки.

3. Викладення під сумнів пропагандистських заяв політиків і публічних осіб.

4. Розкриття та оприлюднення кампаній з дезінформації, їх сутність та канали поширення.

5. Систематичне підвищення політичної культури громадян України, формування знання та навичок щодо опору пропаганди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 30 відсотків коштів на озброєння зникають у кишенях корупціонерів – Адріан Кендрі, експерт з особливих питань НАТО // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://ksf.openukraine.org/ua/news/770-30-vidsotkiv-koshtiv-na-ozbrojennja-znykajut>
2. Aronson E., Pratkanis E. (2003) Epokha propagandy: Mekhanizmy ubezhdeniya, povsednevnoe ispol'zovanie i zloupotreblenie [Propaganda Epoch: mechanisms of persuasion, daily use and abuse]. St. Petersburg: praim-EVROZNAK Publ.
3. Arquilla J., Ronfeldt D. Swarming and the future of conflict. – Santa Monica, 2000.
4. Arquilla J., Ronfeldt D. The Emergence of Noopolitik: Towards an American Information Strategy. RAND/MA-1033-05D. 1999. 102 pp.
5. Chivvis C.S. Understanding Russian «Hybrid Warfare»: And What Can Be Done About It. – Santa Monica, 2017 / RAND [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://inforesist.org/ot-voynyi-gibridnoy-k-voyne-diffuznoy/>
6. Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being. 2017, Vol. 6, Is.6A
7. Current Fad? [Електронний ресурс] / Buchan Glenn // Issue Paper. RAND. Mach 1996. – Режим доступу :
http://www.rand.org/pubs/issue_papers/IP149.html
8. Edwards S.J. A. Swarming and the future of warfare. – Santa Monica, 2005
9. Ellul J. Propaganda. The formation of men's attitudes [Text] / J. Ellul. – New York, 1965.
10. Glenn Buchan. Information War and the Air Force : Wave of the Future?

11. Global Go To Think Tank Index Report / James G. McGann, Ph.D. Director/ Think Tanks and Civil Societies Program University of Pennsylvania Philadelphia, PA USA. – 2014. – P. 22.
12. Grinyaev S.N. (2004) Pole bitvy – kiberprostranstvo. Teoriya, priemy, sredstva, metody i sistemy vedeniya informatsionnoi voyny [The battlefield is cyberspace. Theory, methods, means, methods and systems of information warfare]. Moscow.
13. Grooll-Yaari Y. a.o. Diffused warfare. The concept of virtual mass. – Haifa, 2007
14. Haughton, Graham. Community Economic Development. - Printed in the United Kindom for the Stationary Office by Albert Gait Ltd, Routledge, 2002. – 276.
15. Hoskins A., O'Loughlin B. War and Media. – Cambridge, 2010
16. Lakoff G. Don't think of an elephant. Know your values and frame the debate [Text] / G. Lakoff. –White River Junction, 2004. – 148 p.
17. Ludendorf E. (2015) Moi vospominaniya o voine 1914-1918 godov [My memories of the war of 1914-1918]. Moscow.
18. Matveichev O. (2016) «Myagkaya sila» protiv atomnoi bomby [«Soft power» against the atomic bomb]. Moscow: Knizhnyi mir Publ.
19. McCombs M. The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace / M. McCombs, D. Shaw // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43, №2. – P. 58–67.
20. Nye J.S, Jr. Soft power. The means to success in world politics. — New York, 2004 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://inforesist.org/ot-voynyi-gibridnoy-k-voyne-diffuznoy/>
21. Pocheptsov G.G. (2015) Informatsionnye voyny. Novyi instrument politiki [Information war. A new policy tool]. Moscow: Algoritm Publ.
22. Potekhin V.K. (1997) Sovremennye voyny i natsional'naya bezopasnost' Rossii [Modern wars and national security of Russia]. In: Komu budet

- prinadlezhat' konstsiental'noe oruzhie v XXI veke? [Who will possess conscientious weapons in the 21st century?]. Moscow.
23. Rastorguev S.P. (1999) Informatsionnaya voyna [Information war]. Moscow: Radio i svyaz Publ.
 24. Solovei V.D. (2016) Absolyutnoe oruzhie. Osnovy psikhologicheskoi voiny i mediamanipulirovaniya [Absolute weapon. Fundamentals of psychological warfare and media manipulation]. Moscow.
 25. Szafranski R. A Theory of information Warfare Preparing for 2020. Available at: http://lib.ru/SECURITY/kvn/shafran.txt_with-big-pictures.html#3 [Accessed 17/11/2017]
 26. Tsyganov V.V. (2007) Informatsionnye voiny v biznese i politike: Teoriya i metodologiya [Information Wars in Business and Politics: Theory and Methodology]. Moscow: Akademicheskii Proekt Publ.
 27. Аналітичне дослідження щодо стану справ у сфері мобілізації військовозобов'язаних на аграрних підприємствах (станом на серпень 2017 року). http://www.auu.org.ua/media/publications/421/files/10-08-2017R_2017_08_21_06_11_06_404877.pdf
 28. Андрей Ілларіонов Четверта світова війна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ji.lviv.ua/n77texts/Chetverta_svitiva.htm
 29. Анексія Криму збільшила рейтинг Путіна на третину – опитування // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/world/900769-aneksiya-krimu-zbilshila-reyting-putina-na-tretinu-opituvannya.html>
 30. Анексія Криму збільшила рейтинг Путіна на третину – опитування // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/world/900769-aneksiya-krimu-zbilshila-reyting-putina-na-tretinu-opituvannya.html>
 31. Аронсон Е. Епоха пропаганди: Механізми переконання / Аронсон Е. СПб.: Прайм-Єврознак, 2001. 384 с. [Електронний ресурс]. – Режим

доступу:

http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Politologia/2_159950.doc.htm

32. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 384 с.
33. Багиров Р. З. Политическая коммуникация в обеспечении военной безопасности Российской Федерации [Текст]: автореф. дис. на соискание науч. степени кандидата политич. наук; спец. 23.00.02 «Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии» / Р. З. Багиров. – М., 2009. – 21 с.
34. Бельська Т. В. Інформаційно-психологічна війна як спосіб впливу на громадянське суспільство та державну політику держави [Текст] / Т.В. Бельська // Вісник Національного університету цивільного захисту України. – 2014. – Вип. 1. – С.
35. Більшість росіян підтримують вторгнення в Україну// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.pravda.com.ua/news/2014/03/13/7018628/>
36. Більшість росіян підтримують вторгнення в Україну// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.pravda.com.ua/news/2014/03/13/7018628/>
37. Близнюк А. Гібридна війна ххі століття. Пропаганда як основна складова у політичних, соціальних та етнічних протистояннях / INTERMARUM: історія, політика, культура. 2015. Вип. 2. С. 390-399.
38. Бойкот російських товарів знизив імпорт в Україну на \$800 мільйонів // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.pic.com.ua/bojkot-rosijskyh-tovariv-znyzyv-import-v-ukrajinu-na-800-miljoniv.html>

39. Боротьба з корупцією: що потрібно знати й вимагати кожному // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.pravda.com.ua/articles/2014/04/15/7021903/>
40. Бутусов Ю. Кудa тратят средства фонда 565 и как спасти ситуацию / Юрий Бутусов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://censor.net.ua/resonance/282449/kuda_tratyat_sredstva_fonda_565_i_kak_spatat_situatsiy
41. В рамках акції «Підтримай Українську армію» на рахунки Міністерства оборони України надійшло майже 126,7 мільйона гривень // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.mil.gov.ua/index.php?lang=ua&part=news&sub=read&id=35116>
42. Валентинов Г. Информационная война против Сирии [Електронний ресурс] / Г. Валентинов // Newsland, 20 июля 2012 г. – Режим доступу :
<http://newsland.com/news/detail/id/999678>.
43. Ведута Е. Н. Стратегия и экономическая политика государства / Е. Н. Ведута. – М. : 2002. – 261 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу :
<http://www.strategplan.com/science/tractate.php>
44. Використання потенціалу громадянського суспільства для забезпечення національної безпеки України в умовах зовнішньої агресії. Аналітична записка/ <http://www.niss.gov.ua/articles/1565>
45. Використання потенціалу громадянського суспільства для забезпечення національної безпеки України в умовах зовнішньої агресії". Аналітична записка <http://www.niss.gov.ua/articles/1565/>
46. Воєнна Доктрина України. Затверджено Указом Президента України від 15 червня 2004 року № 648 (в редакції Указу Президента України від 8 червня 2012 року № 390/2012) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/648/2004>.

47. Г. В. Пєвцов, А. М. Гордієнко, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К. І. Хударковський ДОСВІД І КОНЦЕПЦІЇ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БОРОТЬБИ У ПРОВІДНИХ КРАЇНАХ СВІТУ. Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України, 2015, № 1(18)
48. Горбенко І. Д. Інформаційна війна – сутність, методи та засоби ведення [Текст] / І. Д. Горбенко, В. І. Долгов, Т. О. Грінченко : матеріали ювіл. наук.-техніч. конф. – К., 1998. – С. 11–14.
49. Гриняев С. Н. Война в четвертой сфере / С. Н. Гриняев // Независимое военное обозрение. – 2000. – № 42. Дугин А. Г. Конспирология. – М., 2005. – 146 с.56
50. Гриняев С. Н. Концепция ведения информационной войны в некоторых странах мира / С.Н. Гриняев // Зарубежное военное обозрение. – 2002. – № 2 – С. 11–15.
51. Гриняев С.Н. Поле битвы – киберпространство. Теория, приемы, средства, методы и системы ведения информационной войны. М., 2004. 428 с.
52. Громадська думка про суспільно-політичну ситуацію в Україні, електоральні орієнтації громадян / Результати соціологічного дослідження. - К.: Центр Разумкова, 2014. – С. 3. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.razumkov.org.ua/upload/1399382915_file.doc
53. Гуріна Н. Інформаційне протиборство – один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин [Електронний ресурс] / Н. Гуріна. – Режим доступу:
http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=13657.
54. Гурковський В. І. Особливості застосування інформаційної зброї в умовах глобального інформаційного суспільства [Електронний ресурс] / В. І. Гурковський // Електронне наукове фахове видання «Державне

- управління: удосконалення та розвиток». – Режим доступу:
<http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=123>
55. Гусаров В. Информационные акценты новой Военной доктрины Кремля [Електронний ресурс] / В. Гусаров. – 2015. – Режим доступу :
<http://sprotyv.info/ru/news/11034-informacionnye-akcenty-novoy-voennoy-doktriny-kremlya>.
 56. Державна програма розвитку Збройних Сил України до 2020 року визначає стратегічні напрямки військової реформи [Електронний ресурс] Режим доступу:
<http://www.mil.gov.ua/news/2017/05/16/derzhavna-programa-rozvitku-zbrojnih-sil-ukraini-do-2020-roku-viznachae-strategichni-napryamki-vijskovoi-reformi/>
 57. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://ukrstat.gov.ua> – Назва з екрана.
 58. Державні закупівлі в Міністерстві оборони України здійснюються у суворій відповідності до вимог чинного законодавства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.mil.gov.ua/index.php?lang=ua&part=news&sub=read&id=34726>
 59. Димлевич Н. Информационные войны в киберпространстве – Великобритания и Израиль [Електронний ресурс] / Н. Димлевич // Фонд стратегической культуры. – 2010. – Режим доступу :
<http://www.fondsk.ru/news/2010/11/08/informacionnye-vojny-v-kiberprostranstve-velikobritanijai-izrail-873.html>.
 60. Дубас О. Інформаційна війна: нові можливості політичного протистояння [Текст] / О. Дубас // Освіта регіону. – 2010. – № 1. – С. 69–72.
 61. Дымов В. Украина – Россия: последствия сырной войны [Електронний ресурс] / В. Дымов // Информационное агенство УНІАН. – Режим

доступу : <http://www.unian.net /news/495666-ukraina-rossiya-posledstviya-syirnoyvoyny.html>.

62. Жуков В. Взгляды военного руководства США на ведение информационной войны / В. Жуков // Зарубежное военное обозрение. – 2001. – № 1. – С. 2–9.
63. Задихайло Д. Мобілізаційна стратегія економічного розвитку в контексті правового господарського порядку: постановка питання / Д. Задихайло // Вісник Академії правових наук України. – Х. : Право, 2007. – 1 (48). – С. 158–168.
64. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про державну таємницю» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3855-12>
65. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16>
66. ЗАКОН УКРАЇНИ Про Концепцію (основи державної політики) національної безпеки України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3/97-%D0%B2%D1%80>
67. Защищать державу слід у форматі спеціально створених державних структур - Микола Величкович // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vv.gov.ua/news.php?nid=4782&lang=ua&mid=1>
68. Звіт про підсумки співпраці органів військового управління з громадськими організаціями у 2013 році // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.mil.gov.ua/index.php?lang=ua&part=social_council&sub=report_vu_2013
69. Зиновьев А. Русский эксперимент [Текст] / А. Зиновьев. – М. : Наш дом, 1995. – 284 с.

70. Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / Я. Зодерквист, А. Бард. – СПб.: Стокгольмская школа экономики; 2005. – 108 с.
71. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. — Черкаси: Брама-Україна, 2010. — 224 с.
72. Информационное оружие [Электронный ресурс] // Словарь чрезвычайных ситуаций. – Режим доступа:
<http://dic.academic.ru/dic.nsf/emergency/949> – Название с экрана.
73. Информационные войны [Электронный ресурс] // Библиотека «пси-фактора». – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lybr62-1.htm> – Название с экрана.
74. Індекс результативності російської пропаганди. [Електронний ресурс].
– Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510&page=1>
75. Кисляк С. Психологические операции вооруженных сил иностранных государств : учебное пособие [Электронный ресурс] / С. Кисляк. – 2011.
– Режим доступа : http://otherreferats.allbest.ru/war/00116946_0.html.
76. Кількість суб'єктів ЄДРПОУ за організаційно-правовими формами господарювання (на 1 квітня 2014 року) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://ukrstat.org/uk/edrpo/ukr/EDRPU_2014/ks_opfg/ks_opfg_0414.htm
77. Клиновий Д.В. Що втратила Україна?/ Д.В. Клиновий, П.Д. Рогов, В.О. Пугач, М.В. Рева // Оборонний вісник. – К. : центр воєнної політики та політики безпеки, 2016. – № 4. – С. 24–32.
78. Колесніков В. О., к. військ. н., професор 1 ; Жупінський П. О. 1 ; Тимошенко Р. Р. Актуальність мобілізаційної стратегії розвитку економіки держави в аспекті забезпечення обороноздатності, Стор.122
79. Комов С. А. Информационная борьба в современной войне: вопросы теории / С. А. Комов // Военная мысль. – 1996. – № 3. – С. 73.

80. Концепція інформаційної безпеки України. Проект.
https://mip.gov.ua/done_img/d/30-project_08_06_15.pdf
81. Концепція участі та методи залучення населення до розвитку територіальної громади [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=156>
82. Корсаков Г. Б. Информационное оружие супердержавы [Електронний ресурс] / Г. Б. Корсаков // «Пути к миру и безопасности». – 2012. – Вып. 1 (42). – Режим доступу :
http://www.perspektivy.info/rus/desk/informacionnoje_oruzhiye_superderzhavy_2012-04-19.htm.
83. Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) [Текст] / В. Г. Крысько; под общ. ред. А. Е. Тараса. – Мн. : Харвест, 1999. – 448 с.
84. Куманев Г. А. Говорят сталинские наркомы / Г. А. Куманев – Смоленск: Русич, 2005– 632 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу :
http://militera.lib.ru/h/kymanev_ga2/index.html.
85. Лига арабских государств приостановила членство Сирии в организации [Електронний ресурс] // РБК (РосБизнесКонсалтинг. – Режим доступу : <http://top.rbc.ru/politics/12/11/2011/624738.shtml>.
86. Литвиненко О. Аншлюс а ля рюс / Олександр Литвиненко // Дзеркало тижня. Україна. – 2014. - № 8, 6 березня. – С. 1.
87. Лібіг Міхель. Стратегічний контекст сучасного іррегулярного ведення воєн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.ji.lviv.ua/n25texts/libig.htm>
88. Логвинец В. Запад против Ливии: секреты информационной войны [Електронний ресурс] / В. Логвинец // Newsland, 03 апреля 2012 года. – Режим доступу : <http://newsland.com/news/detail/id/929775>.
89. Людендорф Э. Мои воспоминания о войне 1914-1918 годов. М., 2015. 448 с.

90. Люлько Л. «Пятая колонна» Запада в Сирии – враги [Электронный ресурс] / Л. Люлько // Pravda.ru. 06 ноября 2013 г. – Режим доступа : <http://www.pravda.ru/world/asia/middleeast/06-11-2013/1181021-siria>.
91. Макаров Н. Сетецентрические войны Николая Макарова шагнули в космос и киберпространство / Н. Макаров. – 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.siliyan.ru/archives/9744>.
92. Манойло А. В. Современные интерпретации термина «информационная война» [Электронный ресурс] / А. В. Манойло // Современная Россия и мир: альтернативы развития (Информационные войны в международных отношениях) : материалы интернет-конф. (1 апреля – 30 июня 2012 г.). – Режим доступа : <http://ashpi.asu.ru/ic/?p=1550>.
93. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография [Текст] / А.В. Манойло. – М.: МИФИ, 2003. – 388 с.
94. Марко І. Ю. Основи фінансового забезпечення військової частини. Частина перша : [навч. посіб.] / І. Ю. Марко, Ю. Б. Медведєв, І. М. Семеніхін, В. М. Анохін; Військовий інститут Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченко – К. : ВІКНУ, 2006. – 380 с.
95. Матвейчев О. «Мягкая сила» против атомной бомбы. М.: Книжный мир, 2016. 352 с.
96. Міністерство оборони України передало до прокуратури матеріали, щодо зловживань у системі постачання ЗС України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mil.gov.ua/index.php?lang=ua&part=news&sub=read&id=3509>
97. Місцевий розвиток за участі громади : монографія : у 2 т. – Суми : Університеська книга, 2014. Том 2: Інституційні та прикладні аспекти

- управління місцевим розвитком, орієнтованим на громаду / [за заг. Ред. Ю. М. Петрушенка]. – Суми : Університетська книга, 2014. – 368 с.
98. Моль А. Социодинамика культуры: [пер. с фр.] / А. Моль [предисл. Б. В. Бирюкова]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 416 с.
 99. Нестеряк Ю. В. Міжнародні критерії інформаційної безпеки держави: теоретико-методологічний аналіз [Текст] / Ю. В. Нестеряк. // Публічне управління: теорія та практика. – 2014. – Вип. 1. – С. 62–67.
 100. Одесский Евромайдан поставил ультиматум силовикам // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.segodnya.ua/regions/odessa/odesskiy-evromaydan-postavil-ultimatum-silovikam-500620.html>
 101. Однороженко О. Чорне Сонце. Фронтний часопис полку «Азов». Неконвенціональна війна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://vk.com/wall-86003658_45
 102. Палій О. Мобілізація мільйонів
<https://www.pravda.com.ua/columns/2014/03/27/7020470/>
 103. Панарин И. Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. – М. : Поколение, 2012. – 336 с.
 104. Петиція про визнання Росії «спонсором тероризму» зібрала необхідні 100 тисяч підписів // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://intvua.com/news/93172-peticya-pro-viznannya-rosyi-sponsorom-terorizmu-zbrala-neobhdn-100-tisyach-pdpisv.html>
 105. Певцов Г.В. Інформаційна безпека у воєнній сфері: проблеми, методологія, система забезпечення: Монографія / Г.В. Певцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський. – Х. : Цифрова друкарня № 1, 2013. – 272 с.
 106. Певцов Г.В. Концептуальні підходи щодо забезпечення інформаційної безпеки у воєнній сфері / Г.В. Певцов, С.В. Залкін, А.О. Феклістов //

- Системи обробки інформації : збірник наук. праць. – Х.: ХУПС, 2011. – Вип. 2(92). – С. 57–59.
107. Певцов Г.В. Основні особливості ознак проведення інформаційно-психологічної операції Російської Федерації в АР Крим / Г.В. Певцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський, А.О. Феклістов, А.В. Антонов // Наука і техніка Повітряних Сил. – Х. : ХУПС, 2014. – Вип. 1(14). – С. 37–39.
 108. Певцов Г.В. Реалізація підходів інформаційної війни Російською Федерацією в сучасному інформаційному просторі України / Г.В. Певцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський, А.М. Гордієнко // Наука і техніка Повітряних Сил. – Х. : ХУПС. – 2014. – Вип. 2(15). – С. 10–13.
 109. Підтримай Українську армію! // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mil.gov.ua/mou.html>
 110. Полторац В.А. Социология общественного мнения: Учебное пособие [Текст] / В.А. Полторац. – К.; Д.: Центр «Социополис»; Издательство «Арт-Пресс», 200. – 264 с.
 111. Потехин В.К. Современные войны и национальная безопасность России // Кому будет принадлежать
 112. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – Москва-Киев : Ваклер-Рефлбук, 2000. – 576 с.
 113. Почепцов Г. Г. Психологические войны [Текст] / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 528 с.
 114. Почепцов Г. Г. Риторика войны и риторика мира [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов // Телекритика. – Режим доступа : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/30693>.
 115. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни [Текст] / Г. Г. Почепцов // Інформаційне суспільство. – 2013. – Вип. 18. – С. 21–27.

116. Почепцов Г.Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. М.: Алгоритм, 2015. 256 с.
117. Правоохоронні органи буде посилено офіцерами-резервістами // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.sbu.gov.ua/sbu/control/uk/publish/article?art_id=125069&cat_id=124859
118. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення матеріально-фінансового забезпечення обороноздатності держави [З-н України від 8 квітня 2014 р. № 1190-VII]. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1190-18>
119. Про внесення змін до Кримінального кодексу України (щодо відповідальності за злочини проти основ національної безпеки України): [З-н України від 8 квітня 2014 р. №4524-1] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=50384
120. Про громадські об'єднання [З-н України від 22 березня 2012 р. № 4572-VI]. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc34?id=&pf3511=38911&pf35401=217948
121. Про демократичний цивільний контроль над Воєнною організацією і правоохоронними органами держави [З-н України від 19 червня 2003 р. № 975-IV]. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/975-15>
122. Пфаннер Тони. Асимметричная война с точки зрения гуманитарного права и гуманитарной деятельности // Международный журнал Красного Креста. – Том 87, № 857. – Март 2005. Стор. 195-228
123. Радченко О. В. Влада і вибори : інституційна взаємодія в демократичному суспільстві : [монографія] / О. В. Радченко. – Х. : Вид-во ХарРІНАДУ «Магістр», 2006. – 244 с.

124. Расторгуев С. П. Информационная война / С. П. Расторгуев. – М. : Радио и связь, 1999. – 416 с.
125. Резолюція круглого столу «Військово-патріотичне виховання та допризовна підготовка молоді, організація співпраці козацьких організацій з військовими комісаріатами та частинами Збройних Сил України» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mil.gov.ua/index.php?part=cossacks&sub=meeting>
126. Російські товари бойкотують майже 40% українців – опитування // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/society/918278-rosiyski-tovari-boykotuyut-mayje-40-ukrajintsiv-opituvannya.html>
127. Руснак І.С. Розвиток форм і способів ведення інформаційної боротьби на сучасному етапі / І.С. Руснак, В.М. Телелим // Наука і оборона. – 2000. – № 2. – С. 18–23.
128. Салемгареева Л.С. СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования [Электронный ресурс] / Л.С. Салемгареева. – Режим доступу: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1537> – Название с экрана.
129. Серазетдинов Б. У. Мобилизационная экономика Западной Сибири в годы Великой Отечественной войны: историография проблемы / Б. У. Серазетдинов // Материалы II Всероссийской научной конференции [Мобилизационная модель экономики: исторический опыт России XX века], (Челябинск, 23–24 ноября 2012 г.) / под ред. Г. А. Гончарова, С. А. Баканова / Челябинский государственный университет. – Челябинск, Энциклопедия, 2012. – С. 76–88.
130. Сирія та Україна. Ключові особливості «гібридної» війни Кремля/ <https://informnapalm.org/ua/syriya-ta-ukrayina-klyuchovi-osoblyvosti-gibrydnoyi>

131. Скуленко М.И. История политической пропаганды / Скуленко М.И. К.: Лыбидь, 1990. 160 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Politologia/2_159950.doc.htm
132. Современные информ. войны [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://duma.ks.ua/articles/policy/sovremennye_informvoyny/.
133. Соколов М. С. Инициативы США в сфере обеспечения информационной безопасности [Електронний ресурс] / М.С. Соколов. – Режим доступу : www.voennoepravo.ru/files/Соколов%20М.С.doc.
134. Соловей В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования. М., 2016. 320 с.
135. Стадник А. Г. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики, 2015, вип. 67–68
136. Сталий розвиток суспільства: навчальний посібник/ авт.: А. Садовенко, Л. Масловська, В. Серета, Т. Тимочко. – 2 вид. – К.; 2011. – 392 с.
137. Стратегія національної безпеки України «Україна у світі, що змінюється» / Затверджено Указом Президента України від 12 лютого 2007 року № 105 (в редакції Указу Президента України від 8 червня 2012 р. № 389/2012) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/105/2007>
138. Толубко В.Б. Інформаційна боротьба (концептуальні, теоретичні, – технологічні аспекти): Монографія / В.Б. Толубко. – К. : НАОУ, 2003. – 320 с.
139. Толубко В.Б. Підготовка і ведення інформаційної боротьби в Збройних Силах України: Навчальний посібник / В.Б. Толубко. – К. : НАОУ, 2004. – 280 с.
140. Тьерри М. Запад и ближневосточные монархии жаждут сожрать Сирию [Електронний ресурс] / М. Тьерри // Комсомольская правда. – 26 ноября 2011 г. – Режим доступа: <http://tumen.kp.ru/daily/25795/2777075>.

141. У Міністерстві оборони України попередньо опрацьовані пропозиції щодо розподілу коштів, які надходять на рахунки в рамках акції «Підтримай Українську армію» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.mil.gov.ua/index.php?lang=ua&part=news&sub=read&id=33618>
142. Феклістов А.О. Сучасні погляди на місце інформаційних операцій в системах інформаційної боротьби / А.О. Феклістов // Системи озброєння та військова техніка. – 2010. – № 2(22). – С. 25–27.
143. Цыганов В.В. Информационные войны в бизнесе и политике: Теория и методология. М.: Академический Проект, 2007. 336 с.
144. Черняховская Ю.С. Братья Стругацкие. Письма о будущем. – М., 2016
145. Шаванов С. В. Соціальна психологія сучасних інформаційних війн [Текст] / С. В. Шаванов // Молодий вчений. – 2014. – № 4 (07), квітень. – С. 133–136.
146. Швейцарська модель <https://www.ar25.org/article/shveycarska-model.html>
147. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... [Текст] / С. Шпилик // Галицький економічний вісник – Тернопіль : ТНТУ, 2014. – Т. 47, № 4. – С. 178–188.

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис.1. Індекс результативності російської пропаганди макрорегіонів України

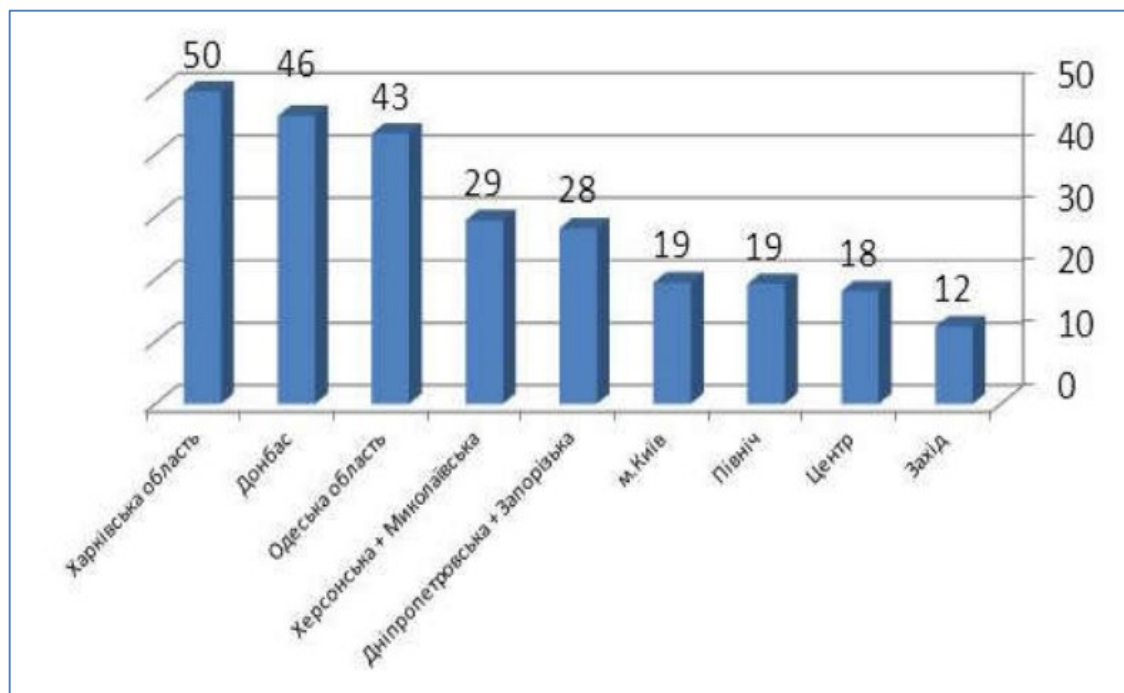


Рис.2. Індекс результативності російської пропаганди макрорегіонів України

(Джерело: Індекс результативності російської пропаганди. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510&page=1>)